

**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*),
LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI
(STUDI KASUS KOTA MALANG)**

SKRIPSI



Oleh:

RAMADHINTA NOVIANTI

NIM : 220502110120

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2026

**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*),
LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI
(STUDI KASUS KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

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



Oleh:

RAMADHINTA NOVIANTI

NIM : 220502110120

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

6/19/26, 7:02 PM

Print Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*),
LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI (STUDI
KASUS KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Oleh

Ramadhinta Novianti

NIM : 220502110120

Telah Disetujui Pada Tanggal 18 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA., CAP.

NIP. 197707022006042001

LEMBAR PENGESAHAN

7/1/26, 8:59 PM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*),
LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI
(STUDI KASUS KOTA MALANG)**

SKRIPSI

Oleh

RAMADHINTA NOVIANTI

NIM : 220502110120

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 26 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Sri Andriani, M.Si

NIP. 197503132009122001

2 Anggota Penguji

Dr. Hj. Nina Dwi Setyaningsih, SE., M.S.A

NIP. 197510302023212004

3 Sekretaris Penguji

Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA., CAP.

NIP. 197707022006042001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Kholilah, M.S.A

NIP. 198707192019032010

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ramadhinta Novianti
NIM : 220502110120
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

“PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (E-WALLET), LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI (STUDI KASUS KOTA MALANG)” adalah karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak fakultas ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

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

Malang, 19 Juni 2026

Hormat saya,



Ramadhinta Novianti

NIM: 220502110120

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih sayang, dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran, serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Di setiap proses yang dilalui, Allah SWT senantiasa menunjukkan jalan terbaik dan menguatkan langkah penulis ketika menghadapi berbagai tantangan. Semoga karya sederhana ini menjadi salah satu bentuk ikhtiar yang diridai dan membawa manfaat bagi banyak pihak.

Dengan penuh rasa cinta dan hormat, skripsi ini penulis persembahkan kepada Bapak dan Ibu tercinta. Terima kasih karena tidak pernah lelah mendoakan, mendukung, dan berjuang demi masa depan penulis. Mungkin kita bukan keluarga yang terbiasa mengungkapkan perasaan dengan kata-kata, tetapi penulis selalu percaya bahwa di balik setiap diam ada doa, di balik setiap usaha ada kasih sayang, dan di balik setiap pengorbanan ada harapan agar penulis dapat meraih kehidupan yang lebih baik. Skripsi ini bukan hanya hasil dari usaha penulis, tetapi juga buah dari doa, kerja keras, dan keikhlasan Bapak dan Ibu. Semoga pencapaian sederhana ini dapat menjadi salah satu alasan untuk tersenyum dan merasa bangga. Terima kasih telah menjadi rumah, tempat pulang, dan alasan terbesar bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini.

Penulis juga mempersembahkan karya ini kepada diri sendiri, yang telah berkomitmen menyelesaikan apa yang telah dipilih dan tetap bertanggung jawab hingga akhir, meskipun perjalanan ini dipenuhi dengan berbagai tantangan, keraguan, dan rasa lelah. Di balik proses ini, ada mimpi tentang karier besar yang diam-diam terus diperjuangkan, meski jalan yang ditempuh tidak selalu sesuai dengan harapan. Setiap air mata, doa, dan usaha yang dilakukan menjadi bukti bahwa ketekunan tidak pernah sia-sia. Penulis bangga karena mampu bertahan, bangkit, dan menyelesaikan perjalanan ini tepat pada waktunya. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal untuk mewujudkan impian-impian yang telah lama disimpan dan terus diperjuangkan dengan penuh keyakinan.

MOTTO

“Maka ingatlah kepadaku, aku pun akan mengingatmu.”

(QS. Al-Baqarah: 152)

“Selesaikan apa yang sudah kamu mulai.”

(Tabitha Brown)

“Tidak ada yang lebih menguatkanmu selain mengingat bahwa di rumah ada Bapak yang berjuang tanpa henti dan Ibu yang selalu menyebut namaku dalam setiap doanya.”

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*), Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying* Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi (Studi Kasus Kota Malang).”

Shalawat dan salam semoga tetap ter curahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni *Din al-Islam*. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Kholilah, M.S.A., Ak., CA., CFA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, bimbingan, arahan, motivasi, serta kesempatan bagi penulis untuk terus belajar dan berkembang.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pelayanan selama masa perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala cinta, doa, kasih sayang, serta perjuangan yang tiada henti diberikan selama ini. Terima kasih telah menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini. Di balik terselesaikannya skripsi ini terdapat doa yang tidak pernah putus, kerja keras, serta pengorbanan waktu, tenaga, pikiran, dan materi yang telah Bapak dan Ibu berikan demi masa depan penulis. Penulis menyadari bahwa segala jasa dan pengorbanan tersebut tidak akan pernah dapat terbalaskan sepenuhnya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Bapak dan Ibu serta membalas setiap kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.
7. Sahabat dan teman-teman terdekat penulis, yang telah menemani perjalanan selama masa perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, bantuan, motivasi, serta kebersamaan yang telah diberikan, baik dalam suka maupun duka, kehadiran kalian yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat di saat penulis merasa lelah, dan menemani

setiap proses dengan penuh ketulusan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis untuk terus bertahan hingga mampu menyelesaikan perjalanan ini..

8. Keluarga sahabat penulis, yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian layaknya keluarga sendiri selama penulis menjalani kehidupan di perantauan. Terima kasih telah menjadi tempat pulang di saat penulis merasa lelah, selalu peduli dalam berbagai keadaan, serta dengan tulus memberikan bantuan dan dukungan tanpa diminta. Kebaikan tersebut menjadi kenangan berharga dan memberikan rasa nyaman bagi penulis selama menempuh pendidikan.
9. Seluruh responden penelitian, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini. Jawaban serta informasi yang diberikan dengan penuh kesungguhan menjadi kontribusi yang sangat berharga dan berperan penting dalam kelancaran serta penyelesaian penelitian ini. Tanpa partisipasi para responden, proses pengumpulan dan analisis data tidak dapat terlaksana dengan baik.
10. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah berkomitmen dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dipilih hingga akhir. Terima kasih karena tetap bertahan dan terus berusaha di tengah berbagai tantangan, rasa lelah, serta keraguan yang sempat hadir selama proses penyusunan skripsi ini. Di balik setiap langkah, penulis terus menjaga mimpi-mimpi besar, termasuk mimpi tentang karier yang diam-diam diperjuangkan dengan penuh harapan dan keyakinan. Semoga pencapaian ini menjadi bukti bahwa setiap usaha yang disertai doa, kesabaran, dan ketekunan tidak pernah sia-sia, serta menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik.

Semoga segala kebaikan dan bantuan yang diberikan mendapat balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi kontribusi yang berarti dalam bidang akademik.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 19 Juni 2026

Ramadhinta Novianti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACK	xvii
المخلص.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teori	21
2.2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	21
2.2.2 Self-Control Theory	23
2.2.3 Impulsive Buying.....	24
2.2.4 Dompot Digital.....	26
2.2.5 Literasi Keuangan	28

2.2.6	Pengendalian Diri.....	30
2.2.7	Landasan Hukum Islam.....	32
2.3	Kerangka Konseptual	34
2.4	Hipotesis Penelitian.....	35
2.4.1	Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (<i>E-Wallet</i>) Terhadap <i>Impulsive Buying</i> 35	
2.4.2	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	36
2.4.3	Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (<i>E-Wallet</i>) Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	37
2.4.4	Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap <i>Impulsive Buying</i>	38
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis Dan Pendekatan Penelitian	39
3.2	Lokasi Penelitian	39
3.3	Populasi Dan Sampel.....	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5	Data Dan Jenis Data	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7	Skala Pengukuran	42
3.8	Definisi Operasional Variabel	43
3.9	Analisis Data	46
3.9.1	Evaluasi (<i>Outher Model</i>) Model Pengukuran	46
3.9.2	Evaluasi (<i>Inner Model</i>) Model Structural	47
3.9.3	Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	49
3.9.4	Uji Moderasi	49
BAB IV	HASL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Hasil Penelitian.....	51

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kampus Mahasiswa.....	52
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	52
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.2.1 Variabel Dompot Digital (X1)	53
4.2.2 Variabel Literasi Keuangan (X2)	54
4.2.3 Variabel Impulsive Buying (Y).....	55
4.2.4 Variabel Pengendalian Diri (Z).....	56
4.3 Hasil Analisis Data	58
4.3.1 Uji Outer Model	58
4.3.2 Uji Inner Model.....	64
4.3.3 Pengujian Hipotesis (Bootstrapping)	65
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Impulsive Buying	70
4.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Impulsive Buying	74
4.2.3 Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Impulsive Buying.....	78
4.4.4 Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Impulsive Buying.....	80
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Metode Pembayaran Digital.....	3
Gambar 1. 2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. 1 Path Coeffients	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	43
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel	43
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kampus	52
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	52
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Dompot Digital.....	53
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Literasi Keuangan	54
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Impulsive Buying	55
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Pengendalian Diri.....	56
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading dan AVE	58
Tabel 4. 9 Nilai Cross Loading	61
Tabel 4. 10 Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	62
Tabel 4. 11 Nilai Cronbach's Alpha & Composite Reliability	63
Tabel 4. 12 Nilai R-Square	65
Tabel 4. 13 Path Coeffients.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti	95
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	96
Lampiran 3 Hasil Output SMART-PLS.....	99
Lampiran 4 Tabulasi Kuisisioner.....	103

ABSTRAK

Ramadhinta Novianti, 2026, SKRIPSI. Judul “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*), Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying* dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi (Studi Kasus Kota Malang).”

Pembimbing : Dr. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA.

Kata Kunci : Dompot Digital, Literasi Keuangan, *Impulsive Buying*, Pengendalian Diri

Meskipun tingkat inklusi keuangan di Kota Malang telah mencapai sekitar 80%, tingkat literasi keuangan masih berada pada kisaran 60%, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap layanan keuangan dan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan secara bijaksana. Di sisi lain, semakin luasnya penggunaan dompet digital memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun juga berpotensi mendorong perilaku *impulsive buying* apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan pengendalian diri yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap *impulsive buying* dengan pengendalian diri sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert* lima poin kepada 178 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, pengendalian diri terbukti memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* serta memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengendalian diri memiliki peran penting dalam memengaruhi hubungan antara penggunaan dompet digital, literasi keuangan, dan kecenderungan *impulsive buying*. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan pengendalian diri perlu terus didorong agar individu mampu mengelola perilaku konsumsi secara lebih bijaksana di tengah pesatnya perkembangan pembayaran digital.

ABSTRACT

Ramadhinta Novianti, 2026, *THESIS*. Title: " *The Influence of Digital Wallet (E-Wallet) Usage and Financial Literacy on Impulsive Buying with Self-Control as a Moderating Variable among Accounting Students: A Case Study in Malang City* "

Supervisor : Dr. Meldona, S.E., M.M., Ak., CA.

Keywords : Digital Wallet, Financial Literacy, Impulsive Buying, Self-Control

Although the level of financial inclusion in Malang City has reached about 80%, the financial literacy rate remains around 60%, indicating a gap between access to financial services and the public's ability to manage their finances wisely. On the other hand, the growing use of digital wallets facilitates transactions but also has the potential to encourage impulsive buying if not balanced with adequate financial literacy and self-control. This study aims to analyze the influence of digital wallet usage and financial literacy on impulsive buying, with self-control as a moderating variable, among students in the Accounting Program in Malang City. This study employs a quantitative approach, distributing a questionnaire using a five-point Likert scale to 178 respondents selected through purposive sampling. The data obtained were analyzed using the SmartPLS 3.0 software.

The results indicate that digital wallet usage has a positive and significant effect on impulsive buying, while financial literacy has a negative and significant effect on impulsive buying. Furthermore, self-control was found to significantly moderate the effect of digital wallet usage on impulsive buying as well as the effect of financial literacy on impulsive buying. These findings indicate that self-control plays a crucial role in influencing the relationship between digital wallet usage, financial literacy, and the tendency toward impulsive buying. Therefore, efforts to improve financial literacy and self-control must continue to be encouraged so that individuals can manage their consumption behavior more wisely amid the rapid development of digital payments.

الملخص

رماضينتا نوفمبر 2026، رسالة جامعية. العنوان: والثقافة المالية على الشراء الاندفاعي مع ضبط أثر استخدام المحافظ الرقمية (E-Wallet) الذات كمتغير مُعدّل لدى طلبة قسم المحاسبة (دراسة حالة في مدينة مالانج).

المشرفة : الدكتور ميلدونا، الماجستير في الإدارة، المحاسبة، المحاسب القانوني المعتمد.
الكلمات المفتاحية : المحافظ الرقمية، الثقافة المالية، الشراء الاندفاعي، ضبط الذات.

على الرغم من أن مستوى الشمول المالي في مدينة مالانج قد بلغ نحو 80٪، فإن معدل الثقافة المالية لا يزال في حدود 60٪، مما يشير إلى وجود فجوة بين إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية وقدرة المجتمع على إدارة موارده المالية بحكمة. ومن ناحية أخرى، فإن التوسع في استخدام المحافظ الرقمية يسهّل المعاملات المالية، إلا أنه قد يسهم أيضًا في تعزيز سلوك الشراء الاندفاعي إذا لم يكن مصحوبًا بمستوى كافٍ من الثقافة المالية وضبط النفس. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام المحافظ الرقمية والثقافة المالية على الشراء الاندفاعي مع اعتبار ضبط النفس متغيرًا معدّلًا لدى طلبة برنامج المحاسبة في مدينة مالانج. اعتمدت الدراسة المنهج الكمي من خلال توزيع استبانة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي على SmartPLS مستجيبيًا تم اختيارهم بأسلوب العينة القصدية، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج 178 3.0

أظهرت النتائج أن استخدام المحافظ الرقمية يؤثر تأثيرًا إيجابيًا ومعنويًا في الشراء الاندفاعي، في حين تؤثر الثقافة المالية تأثيرًا سلبيًا ومعنويًا في الشراء الاندفاعي. كما ثبت أن ضبط النفس يعدّل بصورة معنوية أثر استخدام المحافظ الرقمية على الشراء الاندفاعي، وكذلك أثر الثقافة المالية على الشراء الاندفاعي. وتشير هذه النتائج إلى أن ضبط النفس يؤدي دورًا مهمًا في التأثير على العلاقة بين استخدام المحافظ الرقمية والثقافة المالية والنزعة نحو الشراء الاندفاعي. ولذلك، ينبغي الاستمرار في تعزيز الثقافة المالية وتنمية ضبط النفس حتى يتمكن الأفراد من إدارة سلوكهم الاستهلاكي بصورة أكثر حكمة في ظل التطور المتسارع لوسائل الدفع الرقمية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z yang tumbuh dan berkembang sebagai digital natives, sehingga sangat akrab dengan penggunaan internet dan berbagai teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari (Suryati & Safitri, 2025). Kemudahan berbelanja melalui berbagai platform e-commerce yang didukung oleh fitur promosi seperti cashback, flash sale, gratis ongkos kirim, serta live shopping semakin mendorong masyarakat melakukan transaksi secara cepat dan praktis (Fristia & Megawaty, 2025). Survei (JAKPAT, 2024) menunjukkan bahwa 62% Generasi Z melakukan pembelian melalui fitur live shopping dan 75% menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran dalam berbelanja daring. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan perilaku impulsive buying, yaitu perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan dan lebih didorong oleh keinginan sesaat dibandingkan kebutuhan (Mahardisatya et al., 2024) (Annisa et al., 2025).

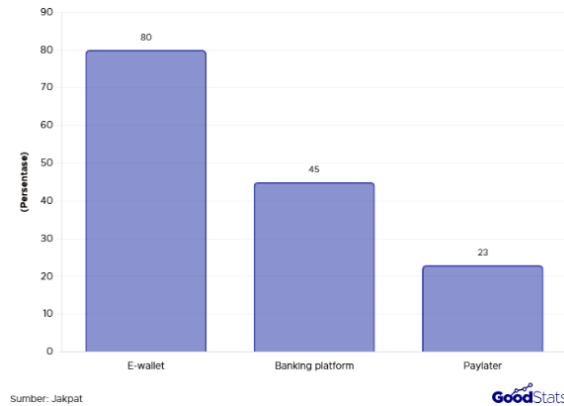
Fenomena impulsive buying tidak hanya terjadi pada masyarakat umum, tetapi juga banyak ditemukan di kalangan mahasiswa. Mahasiswa mulai memiliki tanggung jawab dalam mengelola keuangan pribadi dan mengambil keputusan konsumsi secara mandiri. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa mampu mengelola keuangan secara bijak sehingga masih rentan

melakukan pembelian yang tidak direncanakan atau impulsive buying (Putri et al., 2025). Penelitian (Mustikasari & Septina, 2023a) menunjukkan bahwa perilaku impulsive buying masih menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Jurusan Akuntansi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa masih berpotensi melakukan pembelian impulsif meskipun telah memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan. (Ramadhani, 2016) menunjukkan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya menerapkan literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan pribadi sehingga kondisi keuangan menjadi kurang stabil akibat perilaku konsumsi yang tidak konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan yang dimiliki mahasiswa dengan praktik pengelolaan keuangan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi digital tersebut turut mendorong inovasi pada sistem pembayaran, salah satunya melalui penggunaan dompet digital (Aulia et al., 2023). Sebagai dampak dari perkembangan tersebut, industri keuangan juga melihat perubahan yang signifikan, transaksi yang dulunya dilakukan dengan cara konvensional kini telah beralih ke digital dan menjadi elemen penting dalam kebutuhan masyarakat modern (Mahardisatya et al., 2024). Inovasi dalam bidang teknologi keuangan menghadirkan berbagai pilihan layanan pembayaran, seperti dompet digital (*e-wallet*), yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi, sehingga penggunaan layanan ini semakin meluas di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda (Rahmawati & Andhaniwati, 2023).

Gambar 1. 1

Data Penggunaan Metode Pembayaran Digital



Sumber : GoodStats, 2025

Hal ini didukung oleh informasi dari *GoodStats*, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan metode pembayaran digital di Indonesia diperkirakan akan terus bertambah hingga tahun 2025, sekitar 80% dari responden memakai dompet digital untuk berbagai aktivitas transaksi harian, sedangkan sekitar 45% menggunakan platform perbankan digital sebagai sarana pembayaran (GoodStats, 2025).

Selain kemudahan dalam melakukan transaksi secara digital, adanya fitur *paylater* pada dompet digital memungkinkan pengguna berbelanja lebih awal dan melunasi pembayaran di kemudian hari, sehingga memperlancar keputusan pembelian. Penggunaan opsi *paylater* memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang dapat mendorong pengguna untuk berbelanja secara impulsif tanpa rencana sebelumnya (Rahmatika Sari, 2021), Pada penelitian (Silvia Dwi Lestari & Nuraeni, 2025) menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna *Shopee Paylater* melakukan pembelian yang tidak direncanakan, yang pada gilirannya dapat menyebabkan masalah keuangan.

(Fuji Faujiah et al., 2025), menjelaskan bahwa perilaku impulsive buying umumnya muncul ketika konsumen melakukan pembelian secara spontan karena dorongan emosional sehingga mengabaikan manfaat maupun kebutuhan produk yang dibeli. Sejalan dengan pendapat (Laila Ramadhani, 2016), promosi dan diskon yang ditawarkan oleh *marketplace* dapat mendorong pembelian impulsif, karena konsumen merasa akan mendapatkan keuntungan dengan melakukan transaksi selama masa promosi. Sebaliknya, pengguna dompet digital merasa kehilangan harga terbaik yang tersedia jika mereka melewatkan kesempatan ini. Situasi ini dapat meningkatkan kecenderungan individu terhadap pembelian impulsif, terutama di kalangan generasi muda, yang banyak menggunakan teknologi (Suryati & Safitri, 2025). Perilaku ini sering dipicu oleh faktor emosional seperti kegembiraan, stres, atau kepuasan instan sebagai respons terhadap rangsangan eksternal (F. I. Ramadhan & Yusnaini, 2025). Pembelian impulsif juga dapat disebabkan oleh kurangnya perencanaan keuangan pribadi, karena pencatatan keuangan dan pelacakan pengeluaran dalam kehidupan sehari-hari bukanlah praktik umum (Mustikasari & Septina, 2023b).

Munculnya dompet digital, yang juga dikenal sebagai *e-wallet* telah merevolusi lanskap keuangan secara mendasar dengan mengubah cara individu mengelola, mengalokasikan, dan membelanjakan sumber daya moneter mereka (Bermio & Franzene, 2024). *E-wallet* berfungsi sebagai aplikasi pengelola keuangan yang memungkinkan pengguna menyimpan uang, melakukan transaksi, dan memantau riwayat pengeluaran, serta dapat diakses melalui aplikasi pembayaran *online* atau aplikasi di ponsel (Ilieva et al., 2023). Dompet digital dirancang untuk mempermudah

banyak transaksi, memungkinkan pembayaran yang cepat, nyaman, dan tidak memerlukan uang tunai. Menurut (Dewi et al., 2021) berbagai tawaran promosi dan diskon dari penyedia dompet digital merupakan daya tarik yang besar. Kemudahan ini semakin meningkatkan popularitas dompet digital, khususnya di kalangan mahasiswa, yang dikenal dengan tingkat adopsi teknologi yang tinggi.

Hal ini diperkuat oleh survei dari Ipsos (2026), yang mengungkapkan bahwa berbagai promosi seperti *cashback*, tidak adanya biaya administrasi, dan diskon adalah elemen utama yang menarik pengguna untuk menggunakan dompet digital. Dengan demikian, meningkatkan kemudahan dalam memakai dompet digital dapat berdampak pada perilaku pembelian impulsif individu, hal ini sesuai dengan penelitian dilakukan (Aulia et al., 2023) yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara penggunaan dompet digital dan pembelian impulsif, di mana pemanfaatan dompet digital yang tinggi dapat mendorong pembelian impulsif karena transaksi yang lebih mudah dapat meningkatkan frekuensi pembelian. Selain itu, beragam penawaran promosi juga dapat mendorong keputusan untuk membeli berdasarkan keinginan mendadak (Fristia & Megawaty, 2025). Namun, hasil penelitian (Bakar et al., 2025) menunjukkan bahwa metode pembayaran, termasuk dompet digital, tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2022) pemahaman tentang keuangan mencakup wawasan, kemampuan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap serta

tindakan finansial seseorang, serta berperan dalam meningkatkan kualitas keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Menurut (Susilowati et al., 2025) berpendapat bahwa pemahaman keuangan sangat penting untuk mengatur uang saku, menabung, dan merencanakan kebutuhan di masa depan. Rendahnya tingkat pemahaman keuangan dapat membuat siswa lebih rentan terhadap pengeluaran mendadak, terutama dengan adanya transaksi digital yang mudah. (Suratno et al., 2021) menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang kurang dapat meningkatkan kebiasaan belanja impulsif seseorang, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anindya & Sulastiningsih, 2025) yang menjelaskan bahwa pemahaman keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja impulsif. Meskipun demikian, pada penelitian (Oktaviana & Irawan, 2024) menemukan dampak positif yang signifikan dari variabel pemahaman keuangan terhadap belanja impulsif.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Malang (2025) menyampaikan bahwa tingkat inklusi keuangan masyarakat Kota Malang telah mencapai sekitar 80%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki akses terhadap berbagai layanan keuangan. Namun, tingkat literasi keuangan masih berada pada kisaran 60%, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap layanan keuangan dengan kemampuan masyarakat dalam memahami dan mengelola keuangan secara bijak. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, termasuk dompet digital, belum tentu diikuti oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara tepat. Akibatnya, kemudahan

transaksi dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, termasuk impulsive buying, apabila tidak didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai.

Penggunaan dompet digital dan literasi keuangan dalam penelitian ini didukung oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991). Teori tersebut menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Oleh karena itu, TPB digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan dompet digital dan literasi keuangan dapat memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam melakukan impulsive buying.

Pengendalian diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengatur, menahan, dan mengelola perilakunya sambil mempertimbangkan berbagai dampak sebelum membuat keputusan. Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik umumnya mampu mengendalikan keinginan mereka, memikirkan kebutuhan mereka, dan mengambil keputusan belanja yang lebih bijak, sehingga tidak mudah tergoda oleh dorongan instan. Di sisi lain, individu dengan pengendalian diri yang kurang mengalami kesulitan dalam menahan keinginan mereka dan cenderung bertindak tanpa pertimbangan yang matang, termasuk dalam membuat keputusan berbelanja secara impulsif (Rahmawati & Andhaniwati, 2023). Penelitian oleh (Dewi et al., 2021) menunjukkan bahwa pengendalian diri yang baik membantu seseorang dalam memilih tindakan yang lebih tepat dan membuat pilihan konsumsi yang cerdas karena mereka mampu mengendalikan dorongan yang timbul sebelum melakukan pembelian. Selain

itu, pengendalian diri juga membantu siswa untuk mengatasi keinginan yang berlebihan.

Pada penelitian terdahulu, terdapat perbedaan temuan mengenai peran pengendalian diri dalam memengaruhi perilaku keuangan. Penelitian (Sari & Asyari, 2024) menunjukkan bahwa pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumsi, sehingga tingkat pengendalian diri dapat memperkuat atau memperlemah dampak penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumsi seseorang. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Rahmawati & Andhaniwati, 2023) yang menyatakan bahwa pengendalian diri mampu memperlemah pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat *terhadap impulsive buying* pada pengguna dompet digital.

Selain itu, beberapa penelitian juga mengkaji peran pengendalian diri dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan. (Mpaata et al., 2023) menemukan bahwa pengendalian diri memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan *saving behavior*, di mana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung berbeda tergantung pada tingkat pengendalian diri individu. Penelitian (Hilwana. A et al., 2025) juga membuktikan bahwa kontrol diri mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, (Ayuningtyas & Irawan, 2021) menunjukkan bahwa *self-control* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan *impulsive buying behavior*, sehingga peningkatan literasi keuangan dapat menurunkan kecenderungan pembelian impulsif melalui peningkatan pengendalian diri.

Pengendalian diri sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini didukung oleh *Self-Control Theory* yang dikemukakan oleh (Roy F. Baumeister, 2018). Teori ini menjelaskan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan dan mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakan berperan penting dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pengendalian diri diduga mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa.

Penelitian ini memfokuskan pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang, khususnya mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang. Keempat program studi tersebut dipilih karena telah memperoleh akreditasi unggul, sehingga mahasiswa diasumsikan telah memperoleh pembelajaran yang memadai mengenai literasi keuangan, pengelolaan keuangan, dan pengambilan keputusan finansial. Kondisi tersebut menarik untuk diteliti karena meskipun memiliki bekal pengetahuan keuangan, mahasiswa masih berpotensi melakukan impulsive buying akibat kemudahan transaksi melalui dompet digital.

Mahasiswa Program Studi Akuntansi memperoleh pembelajaran mengenai perencanaan keuangan, pencatatan transaksi, dan penyusunan laporan keuangan yang dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan finansial (Munawaroh & Abidin, 2024). Dengan bekal pengetahuan tersebut, mahasiswa diharapkan memiliki tingkat literasi keuangan yang baik. Namun, kemudahan transaksi melalui dompet digital serta

berbagai promosi yang ditawarkan masih berpotensi mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ramadhani, 2016) yang menyatakan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya menerapkan literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan pribadi, sehingga kondisi keuangan menjadi kurang stabil akibat perilaku konsumsi yang tidak konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan yang dimiliki mahasiswa akuntansi dengan praktik perilaku konsumsi yang dilakukan, sehingga penting untuk meneliti lebih lanjut pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang.

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan dompet digital yang semakin meningkat memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun juga berpotensi mendorong perilaku *impulsive buying* apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan pengendalian diri yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis ***“Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (E-Wallet) dan Literasi Keuangan Terhadap Impulsive Buying, dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi, Pada Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus: Kota Malang).”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah penggunaan dompet digital berpengaruh *signifikan* terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang?

2. Apakah literasi keuangan berpengaruh *signifikan* terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang?
3. Apakah pengendalian diri memoderasi pengaruh *signifikan* penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang?
4. Apakah pengendalian diri memoderasi pengaruh *signifikan* literasi keuangan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang.
2. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang.
3. Untuk menguji apakah pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang.
4. Untuk menguji apakah pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa akuntansi Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan referensi dalam dunia pendidikan. Penelitian ini diinginkan menjadi acuan bagi peneliti di masa mendatang, yang menunjukkan hubungan antara teori dan praktik, sehingga menciptakan landasan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai pedoman bagi pengguna *e-commerce* dalam meningkatkan pengelolaan keuangan mereka. Pengutamaan dapat dilakukan berdasarkan tingkat kepentingan kebutuhan, memungkinkan pendekatan yang lebih selektif dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Varibel dan indikator	Metode	Hasil
1.	(Jabar & Delayco, 2021) <i>Impulse Buying And Financial Literacy Among Public Elementary And High School Teachers In The Philippines</i>	X: <i>Financial Literacy</i> Y: <i>Impulsive Buying</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>impulse buying</i> , sedangkan kepemilikan instrumen keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>impulse buying</i> .
2.	(Ayuningtyas & Irawan, 2021) <i>The Influence of Financial Literacy on Bandung Generation Z Consumers Impulsive Buying Behavior with Self-Control as Mediating Variable</i>	X: <i>Financial Literacy</i> Y: <i>Impulsive Buying Behavior</i> Z: <i>Self-Control</i>		Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>impulsive buying behavior</i> , berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>self-control</i> , serta <i>self-control</i> terbukti memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap <i>impulsive buying behavior</i>
3.	(Mpaata et al., 2023) <i>Does Self-Control Moderate Financial Literacy and Savings Behavior Relationship? A Case of Micro and</i>	X: <i>Financial Literacy</i> Y: <i>Saving Behavior</i> Z: <i>Self-Control</i>		Penelitian menemukan bahwa pengaruh literasi keuangan lebih kuat pada individu dengan <i>self-control</i> yang rendah, sedangkan pada individu dengan <i>self-control</i> yang tinggi, pengaruh tambahan dari literasi keuangan

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Varibel dan indikator	Metode	Hasil
	<i>Small Enterprise Owners</i>			menjadi relatif lebih kecil karena mereka sudah mampu mengendalikan perilaku keuangannya.
4.	(Long et al., 2023) <i>Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan</i>	X: <i>Financial Literacy</i> Y: <i>e-Payment Adoption and Usage</i>		Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi serta intensitas penggunaan <i>e-payment</i> , sehingga individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih sering menggunakan layanan pembayaran elektronik.
5.	(Aulia et al., 2023) Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian <i>Impulsif</i>	X1: <i>E-Walet</i> X2: Literasi Keuangan Y: <i>Impulsive Bulying</i>		Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> berpengaruh positif terhadap pembelian <i>impulsif</i> . Sebaliknya, literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap pembelian <i>impulsive</i> .
6.	(Rahmawati & Andhaniwati, 2023) Peran <i>Self-Control</i> Dalam Memoderasi Hubungan Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Perilaku Pembelian <i>Impulsif</i> Pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	X1: Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>) X2: Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) Y: <i>impulsive buying</i> (Perilaku		Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>impulsive buying</i> pada pengguna <i>E-Wallet</i> . Selain itu, <i>Self-Control</i> dapat memperlemah pengaruh hubungan antara

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Varibel dan indikator	Metode	Hasil
		Pembelian <i>Impulsif</i>) Z: <i>Self-Control</i> (Kontrol Diri)		persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dengan perilaku pembelian <i>impulsif</i> .
7.	(Sari & Asyari, 2024). <i>The influence of E-Wallet usage and lifestyle on Muslim consumption with Self-Control as a moderating variable.</i>	X1: Penggunaan <i>E-Wallet</i> X2: Gaya Hidup Y: Perilaku Konsumsi Z: <i>Self-Control</i>	Kuantitatif	Penggunaan <i>E-Wallet</i> terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi, Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi, <i>Self-Control</i> terbukti mampu memoderasi pengaruh penggunaan <i>E-Wallet</i> , gaya hidup terhadap perilaku konsumsi,
8.	(Mahardisatya et al., 2024). Pengaruh <i>Shopping lifestyle</i> dan penggunaan <i>E-Wallet</i> terhadap perilaku <i>Impulsive Buying</i> mahasiswa Unnes.	X1: <i>Shopping Lifestyle</i> X2: Penggunaan <i>E – Wallet</i> Y: <i>Impulsive Buying</i>	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu bahwa pengaruh <i>Shopping lifestyle</i> dan penggunaan <i>E-Wallet</i> cukup berpengaruh terhadap perilaku <i>Impulsive Buying</i>
9.	(Usman et al., 2025) <i>Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation</i>	X1: <i>Financial Literacy</i> X2: <i>Subjective Norm</i> X3: <i>Perceived Behavioral Control</i> Z: <i>Intention</i> Y: <i>Digital Payment Usage Behavior</i>		Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital, serta berpengaruh positif terhadap <i>intention</i> menggunakan pembayaran digital.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Varibel dan indikator	Metode	Hasil
10.	(Annisa et al., 2025). Pengaruh Penggunaan <i>E-Wallet</i> Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian <i>Impulsif</i> Pada Mahasiswa Unn Kolaka (Program Studi Akuntansi 2021-2024).	X1: Penggunaan <i>E-Wallet</i> X2: Literasi Keuangan Y: <i>Impulsive buying</i>	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian menunjukan (Penggunaan <i>E-Wallet</i>) memberi dampak positif sekaligus signifikan pada (<i>Impulsive Buying</i>) sedangkan, (Literasi Keuangan) berpengaruh signifikan yang negatif kepada (<i>Impulsive Buying</i>).
10.	(Fristia & Megawaty, 2025). Dampak penggunaan <i>E-Wallet</i> terhadap perilaku belanja mahasiswa dalam perspektif kemudahan dan pengeluaran <i>impulsif</i> .	X1: Penggunaan <i>E-Wallet</i> X2: Kemudahan penggunaan (medias) X3: Pengeluaran (mediasi) Y: Perilaku belanja <i>impulsif</i>	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa (Penggunaan <i>E-Wallet</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Perilaku Belanja <i>Impulsif</i>). Selain itu, (Pengeluaran <i>impulsif</i>) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Sementara itu, (Kemudahan penggunaan) berpengaruh signifikan namun bersifat negatif terhadap Y.
11.	(Aryadipura et al., 2025). <i>How E-Wallet Usage Triggers Impulsive Buying In Online Live Shopping Platform: Evidence From Indonesia.</i>	X1: Penggunaan <i>E-Wallet</i> X2: <i>Hedonic Motives</i> (mediasi) Z1: <i>Celebrity Endorser</i> (moderasi) Z2: <i>Perceived Risk</i> (moderasi)	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa penggunaan <i>E-Wallet</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i> . Selain itu, <i>hedonic motives</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsive buying</i> serta mampu memediasi hubungan antara

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Varibel dan indikator	Metode	Hasil
		Y: <i>Impulsive Buying</i>		penggunaan e-wallet dan <i>Impulsive Buying</i> . Selanjutnya, <i>celebrity endorser</i> terbukti mampu memperkuat hubungan antara <i>hedonic motives</i> dan <i>Impulsive Buying</i> , sedangkan <i>perceived risk</i> tidak mampu memoderasi hubungan antara penggunaan <i>E-Wallet</i> dan <i>Impulsive Buying</i> .
12.	(Suryati & Safitri, 2025). <i>The Effect of Digital Wallet or E-Wallet Use and Sharia Financial Literacy on Impulsive Buying Among Gen Z in Malang City.</i>	X1: Penggunaan E-Wallet X2: Literasi Keuangan Syariah Y: <i>Impulsive Buying</i> (Perilaku Pembelian Impulsif)	Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan E-Wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulsive Buying</i> . Literasi keuangan syariah juga berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive buuying</i> , secara simultan, penggunaan E-Wallet dan literasi keuangan syariah bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap <i>Impulsive Buying</i> .
13.	(Hilwana. A et al., 2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z.	X1: Literasi Keuangan X2: Gaya Hidup Y: Perilaku Konsumtif Z: Kontrol Diri (<i>Self-Control</i>)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, kontrol diri mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan dan gaya

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Varibel dan indikator	Metode	Hasil
				hidup terhadap perilaku konsumtif,
14.	(Ma'rufah et al., 2025) <i>The Influence of Financial Literacy, E-Money Use, and Self-Control, on Consumptive Behavior in Generation Z</i>	X1: <i>Financial Literacy</i> X2: <i>E-Money</i> X3: <i>(Self-Control)</i> Y: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, penggunaan <i>e-money</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, pengendalian diri juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara simultan, literasi keuangan, penggunaan <i>e-money</i> , dan pengendalian diri bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
15.	(Bakar et al., 2025) <i>Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery</i>	X1: <i>Payment Method Pay Later, E-Wallet, dan Cash on Delivery (COD)</i> X2: Type (Jenis Produk: <i>Grocery dan Fashion</i>) Y1: <i>Impulsive Buying</i> Y2: <i>Pain of Payment</i>		Hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran, termasuk <i>e-wallet</i> , tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>impulsive buying</i> . Namun, jenis produk berpengaruh signifikan, di mana konsumen cenderung lebih impulsif dalam membeli produk fashion dibandingkan produk kebutuhan sehari-hari (<i>groceries</i>)

Pada penelitian ini terdapat kesamaan dengan berbagai penelitian terdahulu, khususnya dalam penggunaan variabel penggunaan dompet digital dan literasi keuangan sebagai variabel independen serta *impulsive buying* sebagai variabel dependen. Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya juga menggunakan pengendalian diri sebagai variabel moderasi maupun mediasi. Meskipun demikian, hasil-hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang beragam sehingga membuka peluang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Pada variabel penggunaan dompet digital, sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* maupun perilaku konsumtif. Temuan tersebut didukung oleh penelitian (Aulia et al., 2023), (Annisa et al., 2025), (Mahardisatya et al., 2024), (Aryadipura et al., 2025), (Suryati & Safitri, 2025), serta (Fristia & Megawaty, 2025) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan dompet digital, semakin tinggi kecenderungan individu melakukan pembelian impulsif. Selain itu, penelitian (Usman et al., 2025) dan (Long et al., 2023) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital atau *e-payment*, yang mengindikasikan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih mudah mengadopsi teknologi pembayaran digital. Sedangkan (Bakar et al., 2025) metode pembayaran yang digunakan (termasuk *e-wallet*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Dengan kata lain, penggunaan *e-wallet* tidak selalu meningkatkan pembelian impulsif.

Pada variabel literasi keuangan, sebagian besar penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying* maupun perilaku konsumtif. Hasil tersebut ditunjukkan oleh penelitian (Jabar & Delayco, 2021), (Ayuningtyas & Irawan, 2021), (Aulia et al., 2023), (Annisa et al., 2025), serta (Hilwana. A et al., 2025). Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungannya melakukan pembelian impulsif. Namun demikian, terdapat hasil yang berbeda pada penelitian (Ma'rufah et al., 2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan *impulsive buying* masih belum sepenuhnya konsisten.

Variabel pengendalian diri, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri mampu memoderasi maupun memediasi hubungan antar variabel. Penelitian (Rahmawati & Andhaniwati, 2023) membuktikan bahwa pengendalian diri mampu memperlemah pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap *impulsive buying*. Penelitian (Sari & Asyari, 2024) menunjukkan bahwa pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumsi, sedangkan (Hilwana. A et al., 2025) dan (Mpaata et al., 2023) menemukan bahwa pengendalian diri memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. Selain itu, (Ayuningtyas & Irawan, 2021) membuktikan bahwa pengendalian diri berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan *impulsive buying behavior*.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang diusulkan oleh (Ajzen, 1991). TPB diperkenalkan oleh (Ajzen, 1991) sebuah model untuk meramalkan dan memahami tindakan individu dalam situasi tertentu. Teori ini menekankan bahwa niat seseorang dipengaruhi oleh tiga elemen utama: pandangan terhadap perilaku, norma yang dirasakan dari orang lain, dan persepsi kontrol atas perilaku tersebut. Ketiga unsur tersebut membentuk suatu sistem yang saling berhubungan, di mana sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol berinteraksi untuk memengaruhi niat, dan hal ini akan menentukan apakah individu tersebut akan melakukan perilaku tertentu atau tidak.

Berdasarkan pendapat (Cheng, 2017), elemen-elemen dari *Theory of Planned Behavior (TPB)* terdiri dari :

- 1) Sikap (*attitude*).

Sikap dianggap sebagai faktor utama dalam perilaku. Sikap merupakan suatu kepercayaan yang bisa bersifat positif atau negatif terkait dengan tindakan tertentu. Kepercayaan ini sering disebut sebagai keyakinan perilaku. Seseorang cenderung berkeinginan untuk melakukan tindakan tertentu jika mereka menilai tindakan tersebut dengan cara yang positif. Sikap ini dipengaruhi oleh pemahaman pribadi mengenai dampak dari suatu tindakan (keyakinan perilaku), yang dinilai berdasarkan hasil yang

diharapkan. Ada asumsi bahwa sikap dapat memengaruhi perilaku secara langsung serta berkaitan dengan norma subjektif dan kontrol yang dirasakan terhadap perilaku tersebut.

2) Norma *Subyektif (subjective norm)*

Norma subjektif dipahami sebagai hasil dari keyakinan bahwa orang-orang tertentu setuju atau tidak setuju terhadap suatu tindakan. Keyakinan ini termasuk dalam kategori norma subjektif (keyakinan normatif). Seseorang akan berkeinginan untuk melakukan suatu tindakan bila mereka merasa tindakan tersebut penting bagi orang lain.

3) Asumsi Kontrol Perilaku (*perceived behavior control*)

Kontrol perilaku yang dirasakan adalah kondisi yang dialami seseorang ketika mereka merasa memiliki kekuasaan penuh dan tidak ada halangan dalam melakukan suatu tindakan. Di ujung yang berlawanan, bisa jadi tidak ada kemungkinan untuk mengendalikan tindakan tersebut karena kurangnya kesempatan, sumber daya, atau kemampuan. Kontrol perilaku yang dirasakan merujuk pada seberapa jauh seseorang merasa dapat mengendalikan tindakan tertentu. Individu biasanya tidak membangun niat yang kuat untuk melakukan tindakan tertentu, meskipun mereka mungkin mempunyai peluang untuk melakukannya, bahkan ketika mereka memiliki sikap yang baik dan percaya bahwa orang-orang penting bagi mereka akan mendukungnya. Terdapat hubungan langsung antara kontrol yang dirasakan dan perilaku yang diharapkan terjadi saat ada keselarasan antara persepsi

individu tentang kontrol yang mereka miliki dan kemampuan mereka untuk mengendalikan tindakan tersebut.

2.2.2 Self-Control Theory

Self-Control Theory yang dikemukakan oleh (Roy F. Baumeister, 2018) yang mengemukakan bahwa individu memiliki kemampuan untuk mengatur pikiran, emosi, dan tindakan mereka agar dapat menahan dorongan sementara dan mencapai tujuan dalam jangka panjang. Mereka yang memiliki tingkat pengendalian diri tinggi cenderung membuat pilihan yang lebih bijaksana dan menghindari tindakan berisiko, sedangkan individu dengan pengendalian diri rendah lebih mudah terpengaruh oleh dorongan spontan. Teori ini juga menunjukkan bahwa kemampuan untuk mengendalikan diri adalah terbatas dan dapat berkurang sementara ketika seseorang menggunakan tenaga untuk mengendalikan perilaku tertentu—hal ini dikenal sebagai penipisan ego. Keadaan ini membuatnya semakin sulit untuk mengatur tindakan berikutnya dan meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif.

Dalam kaitannya dengan perilaku impulsif, teori pengendalian diri menjelaskan bahwa kemampuan untuk mengendalikan diri sangat penting dalam menahan dorongan untuk membeli barang yang tidak direncanakan. Kemudahan dalam melakukan transaksi digital, seperti melalui dompet elektronik, dapat meningkatkan dorongan untuk berbelanja impulsif, namun individu dengan pengendalian diri yang baik dapat mengatur keinginan tersebut (Rahmawati & Andhaniwati, 2023). Meskipun pemahaman tentang literasi keuangan membantu individu menyadari konsekuensi

keuangan, risiko perilaku impulsif tetap dapat terjadi jika pengendalian diri tidak memadai (Octaviani & Yuniningsih, 2024). Oleh karena itu, pengendalian diri dapat memperkuat atau mengurangi hubungan antara penggunaan dompet elektronik dan literasi keuangan terkait dengan perilaku pembelian yang impulsif.

2.2.3 Impulsive Buying

Pembelian impulsif merupakan kondisi ketika seseorang melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya, didorong oleh keinginan yang kuat dan dilakukan secara spontan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan tersebut. Pembelian impulsif merupakan kondisi ketika seseorang melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya, didorong oleh keinginan yang kuat dan dilakukan secara spontan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan tersebut (Wira Mahardisatya et al., 2024). Pembelian impulsif merupakan kondisi ketika seseorang melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya, didorong oleh keinginan yang kuat dan dilakukan secara spontan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan tersebut (Annisa et al., 2025).

Pembelian impulsif merupakan kondisi ketika seseorang melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya, didorong oleh keinginan yang kuat dan dilakukan secara spontan tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari keputusan tersebut (Mahardisatya et al., 2024). Perilaku ini umumnya muncul setelah konsumen melihat penawaran yang menarik pada suatu produk, sehingga memunculkan dorongan emosional untuk segera melakukan pembelian (Annisa et al., 2025).

Indikator *Impulsive Buying*

Menurut penelitian (Ayuningtyas & Irawan, 2021) yang merujuk pada penelitian (Rook & Fisher, 1995) Indikator yang digunakan dalam menghitung variabel penggunaan *impulsive buying* pada mahasiswa yaitu :

1) Spontaneity

Spontaneity merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Pembelian terjadi karena munculnya dorongan sesaat ketika melihat suatu produk atau penawaran yang menarik, tanpa melalui proses pertimbangan yang mendalam.

2) Kurang pertimbangan/ perencanaan

Indikator ini menggambarkan perilaku individu yang melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan konsekuensi, manfaat, atau kebutuhan secara matang. Keputusan pembelian diambil dengan sedikit atau bahkan tanpa perencanaan, sehingga cenderung mengabaikan aspek rasional dalam pengambilan keputusan.

3) Pembelian berdasarkan perasaan/ perencanaan

Indikator ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian lebih didorong oleh emosi, suasana hati, atau keinginan sesaat daripada pertimbangan logis. Individu cenderung membeli suatu produk karena

merasa tertarik, senang, atau terdorong oleh perasaan pada saat itu, meskipun produk tersebut belum tentu dibutuhkan.

2.2.4 Dompot Digital

Dompot digital memberi kesempatan bagi pengguna untuk menyimpan, mengatur, dan memanfaatkan uang digital melalui gadget seperti *smartphone*. Dompot elektronik menggantikan dompet konvensional seperti kartu debit dan kredit, yang dahulu digunakan untuk menyimpan dan melakukan pembayaran dengan uang tunai (Suryati & Safitri, 2025). Selain itu, dompet digital merupakan salah satu jenis layanan elektronik yang berbasis teknologi, yang memungkinkan transaksi tanpa uang tunai baik secara daring maupun luring, selama akun telah terdaftar dengan pengamanan seperti penggunaan kata sandi yang sudah diaktifkan (Aulia et al., 2023).

Keunggulan Dompot Digital

Menurut (Annisa et al., 2025) Menegaskan bahwa salah satu keunggulan *e-wal*, yaitu :

1) Kemudahan, praktis dan efisien

Penggunaan dompet *digital* memberikan kemudahan, kepraktisan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan. Pengguna dapat mengakses dompet digital mereka via ponsel dan melaksanakan berbagai kegiatan seperti membayar tagihan, mengirim uang, dan membeli secara *online*. Dengan adanya fitur-fitur ini, orang tidak lagi perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, kartu bank, kartu debit, atau kartu kredit saat

berpergian. dompet digital menawarkan cara transaksi yang lebih mudah kapan pun dan di mana pun.

2) Program Loyalti dan diskon

Kemampuan untuk menawarkan berbagai potongan harga mampu menarik perhatian konsumen terhadap produk yang sebelumnya kurang diminati. Penawaran potongan harga ini terbukti meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian secara mendadak.

3) Keamanan

Dompet digital yang bukan berasal dari bank memiliki langkah-langkah pengamanan yang kuat, termasuk enkripsi data dan perlindungan melalui PIN, pengenalan wajah, atau sidik jari pengguna. Pengguna juga bisa lebih mudah melacak riwayat transaksi mereka melalui aplikasi dompet digital, sehingga mengurangi risiko penipuan atau penggunaan yang tidak sah.

Kekurangan Dompet Digital

Selain terdapat keunggulan, juga memiliki kekurangan diantaranya: (Lestari et al., 2023) :

1) Layanan terbatas

Merchant rekanan masih terbatas dan belum merata khususnya di Indonesia. Sehingga masih memerlukan uang tunai untuk melakukan pembayaran di toko yang belum terdaftar sebagai rekanan *e-wallet*.

2) Ada biaya transaksi

Beberapa *e-wallet* memberlakukan biaya administrasi untuk setiap transaksi yang dilakukan. Besar biaya transaksi ini bervariasi tergantung pada jenis *e-wallet* yang dipakai.

Indikator Dompot Digital

Menurut penelitian (Salma & Permatasari, 2025a) Indikator yang digunakan dalam menghitung variabel penggunaan dompet digital terhadap mahasiswa generasi Z adalah *Actual system use* yang di mana perilaku nyata atau kondisi sesungguhnya ketika seseorang atau sekelompok pengguna benar-benar mengadopsi dan menggunakan suatu sistem teknologi dalam aktivitas sehari-hari

2.2.5 Literasi Keuangan

Literasi keuangan berkaitan erat dengan behavioral finance, yang merupakan penelitian yang mempelajari faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi tindakan keuangan, terutama dalam pengambilan keputusan finansial (G. R. Ramadhan et al., 2021). Menurut (Annisa et al., 2025) menyatakan bahwa literasi keuangan merujuk pada pemahaman mengenai konsep-konsep keuangan dasar dan kemampuan untuk mengelola keuangan dengan bijaksana guna mengambil keputusan baik jangka pendek maupun jangka panjang sesuai dengan situasi ekonomi yang ada. Selain itu, literasi keuangan juga diartikan sebagai kemampuan untuk mengelola sumber daya keuangan yang dimiliki seseorang dengan cara yang dapat mendukung pertumbuhan dan kesejahteraan di masa depan. Ini berperan sangat penting dalam pengambilan

keputusan finansial yang benar, menghindari kesalahan dalam finansial, serta meningkatkan minat untuk berinvestasi terutama dalam bentuk tabungan jangka panjang untuk mengurangi risiko kerugian serta mencegah perilaku konsumtif dan tindakan keuangan yang tidak sehat di kalangan mahasiswa (Octaviani & Yuniningsih, 2024).

Literasi keuangan juga diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangannya sehingga dapat membangun dan meningkatkan kekayaan di masa mendatang. Penilaian literasi keuangan dalam penelitian ini didasarkan pada kerangka kerja multidimensional yang dikembangkan oleh OECD/INFE. Menurut penelitian (Ali et al., 2026) yang merujuk pada kerangka kerja OECD/INFE (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan terdiri dari tiga aspek utama: pengetahuan finansial, sikap terhadap keuangan, dan tindakan keuangan. Kerangka ini diperkuat oleh pembaruan OECD/INFE (2024), yang menekankan bahwa literasi keuangan tidak hanya mencakup aspek kognitif, tetapi juga dipengaruhi oleh konteks digital dan bagaimana individu memandang kemampuan finansial mereka sendiri.

Indikator Literasi Keuangan

Dalam penelitian (Usman et al., 2025) iterasi keuangan diukur menggunakan:

1) Money and transaction

Kemampuan individu dalam memahami konsep dasar uang dan transaksi keuangan, termasuk memiliki pengetahuan untuk membandingkan biaya transaksi serta memahami cara menggunakan layanan pembayaran digital secara efektif dan efisien.

2) *Planning and managing*

Kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan keuangan untuk menyusun perencanaan anggaran, mengelola pemasukan dan pengeluaran, serta menjaga kondisi keuangan pribadi secara bertanggung jawab.

3) *Risk and reward*

Kemampuan individu dalam memahami manfaat dan risiko dari penggunaan produk atau layanan keuangan, sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan pertimbangan yang rasional.

4) *Financial landscape*

Kemampuan individu dalam memahami lingkungan dan konsep keuangan yang lebih luas, seperti konsekuensi penggunaan kredit, pentingnya menabung, serta perlunya memiliki dana darurat sebagai bentuk perencanaan keuangan.

2.2.6 Pengendalian Diri

Pengendalian diri merupakan kemampuan individu untuk memahami diri dan situasi di sekitarnya serta mengatur perilaku sesuai dengan kondisi yang dihadapi, sehingga mampu menentukan kebutuhan yang benar-benar penting dan menetapkan prioritas secara tepat (Octaviani & Yuniningsih, 2024). Kemampuan ini juga mencerminkan bagaimana individu mengendalikan, menahan, dan mengarahkan perilaku dengan mempertimbangkan berbagai konsekuensi sebelum mengambil

keputusan. Individu dengan tingkat pengendalian diri yang baik cenderung mampu membatasi keinginan, mempertimbangkan kebutuhan, dan mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional sehingga tidak mudah terpengaruh oleh dorongan sesaat. Sebaliknya, rendahnya pengendalian diri membuat individu lebih sulit menahan keinginan dan cenderung bertindak tanpa pertimbangan matang, termasuk dalam melakukan *impulsive buying* (Rahmawati & Andhaniwati, 2023).

Indikator Pengendalian Diri

Menurut penelitian (Strömbäck et al., 2017) Indicator yang digunakan dalam menghitung variabel penggunaan pengendalian diri pada mahasiswa yaitu :

1) Habit Control

Kemampuan individu untuk mengendalikan dan menghentikan kebiasaan yang kurang baik sehingga tidak terus berulang dalam kehidupan sehari-hari.

2) Self-Discipline/ Attention Control

Kemampuan individu untuk menjaga fokus, disiplin, dan tidak mudah teralihkan oleh hal-hal lain ketika sedang melakukan suatu aktivitas atau mengambil keputusan.

3) Resisting Temptation

Kemampuan individu untuk menolak atau menahan godaan yang dapat menghambat pencapaian tujuan atau mendorong perilaku yang tidak diinginkan.

4) *Impulse Control*

Kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan bertindak secara spontan atau emosional tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin timbul.

5) *Deliberate Action*

Kemampuan individu untuk berpikir secara matang dan mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum mengambil keputusan atau melakukan suatu Tindakan

6) *Short-Term Future Orientation*

Kecenderungan individu dalam memprioritaskan kepentingan atau kenyamanan jangka pendek dibandingkan perencanaan dan manfaat jangka panjang.

2.2.7 Landasan Hukum Islam

Dari sudut pandang Islam, berbelanja dengan bijak dan sadar merupakan hal yang penting untuk mencapai kehidupan yang seimbang dan memuaskan. Pengeluaran yang berlebihan bisa mengakibatkan pemborosan, utang, dan masalah keuangan, yang bertentangan dengan prinsip-prinsip keuangan dalam Islam yang menekankan adil, suci, dan berkah (Agustina et al., 2024).

Dalam ajaran Islam, prinsip-prinsip seperti pengeluaran yang bijaksana, keadilan, dan keseimbangan menjadi panduan dalam menjalani kehidupan sehari-hari,

termasuk dalam hal berbelanja. Al-Quran mengingatkan bahwa manusia seringkali mudah terjebak dalam keinginan akan harta dan kesenangan dunia.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامٌ مَّا

"Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar," (QS. Al-Furqan 25: Ayat 67)

Ayat QS. Al-Furqan ayat 67 menegaskan pentingnya menjaga keseimbangan saat mengeluarkan uang, yang berarti tidak boleh terlalu dermawan atau terlalu pelit. Prinsip keseimbangan ini menunjukkan bahwa Islam mengajak setiap individu untuk merencanakan pengeluaran mereka dengan mempertimbangkan kebutuhan serta sumber keuangan yang tersedia. Hal ini sejalan dengan tema penelitian tentang dampak penggunaan dompet digital (*e-wallet*) dan pemahaman keuangan terhadap pengeluaran yang tidak terencana, di mana pengendalian diri berfungsi sebagai faktor penengah. Kenyamanan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* bisa memicu orang untuk berbelanja secara impulsif, sedangkan pemahaman keuangan yang baik dan pengendalian diri membantu individu untuk lebih bijak dalam mengelola pengeluaran mereka.

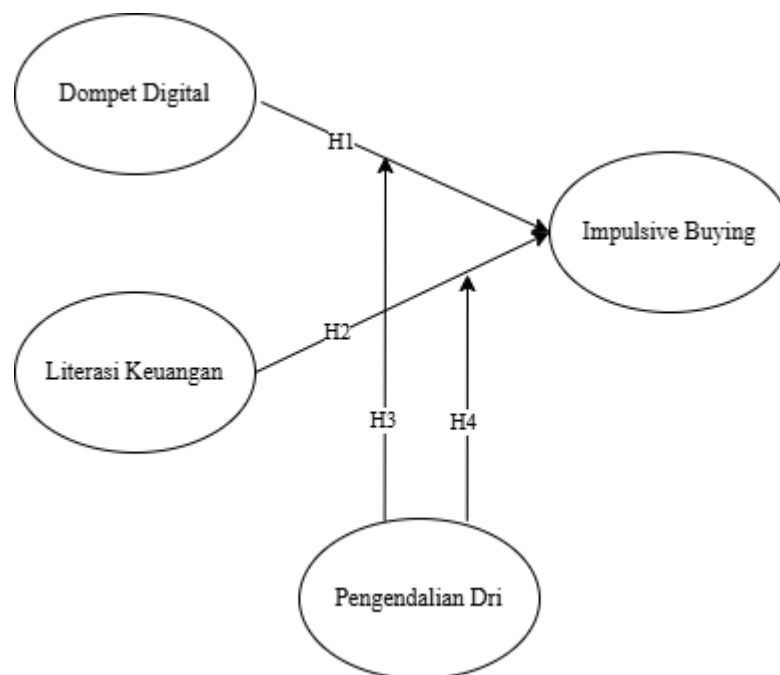
Pengeluaran yang tidak terencana, yang muncul tanpa adanya perencanaan dan sering dipicu oleh keinginan mendadak, bertentangan dengan prinsip pengeluaran seimbang yang diajarkan dalam ayat ini. Oleh karena itu, siswa yang memiliki

pemahaman finansial dan kemampuan pengendalian diri yang baik cenderung memanfaatkan *e-wallet* secara bijaksana dan menghindari pengeluaran yang impulsif.

2.3 Kerangka Konseptual

Mengacu pada pembahasan sebelumnya, terkait Pengaruh Penggunaan Dompot Digital, Literasi Keuangan Terhadap *impulsive buying* Pada Mahasiswa Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Kota Malang, maka hubungan tersebut akan digambarkan melalui kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1. 2
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) Terhadap *Impulsive Buying*

Pengaruh *pengguna* dompet digital terhadap *impulsive buying* dapat dijelaskan menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)* dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam konteks penggunaan dompet digital, kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, dan fleksibilitas mendorong sikap positif terhadap konsumtif dan meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan mahasiswa. Menurut (Dewi et al., 2021) melimpahnya promo dan diskon yang diberikan oleh penyedia layanan dompet digital juga menjadi salah satu daya tarik yang tidak dapat diabaikan. Kemudahan tersebut membuat dompet digital semakin diminati dan banyak digunakan oleh mahasiswa yang merupakan kelompok dengan tingkat adopsi teknologi yang tinggi. Tingginya penggunaan dompet digital tersebut berpotensi memengaruhi perilaku *impulsive buying* karena kemudahan transaksi dapat meningkatkan frekuensi pembelian (Aulia et al., 2023). Selain itu, berbagai promo yang ditawarkan juga mendorong keputusan pembelian berdasarkan keinginan sesaat (Fristia & Megawaty, 2025). Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis diajukan yakni :

H1: Pengaruh Penggunaan Dompot Digital berpengaruh positif signifikan terhadap *Impulsive Buying*

2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying*

Pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* dapat dijelaskan dapat dijelaskan menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)* dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) teori ini menegaskan bahwa pemahaman dan sikap terhadap pengelolaan keuangan hanya dapat memengaruhi tindakan yang nyata jika didukung oleh norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap perilaku. Dalam hal pengambilan keputusan oleh konsumen masa kini. (Bosnjak et al., 2020) mengungkapkan bahwa orang-orang dengan pemahaman keuangan yang tinggi bisa menciptakan alasan logis untuk pengeluaran mereka. Hal ini terjadi terutama karena meningkatnya kontrol perilaku yang dirasakan, yang disebabkan oleh kemudahan akses ke layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Suratno et al., 2021) yang menunjukkan bahwa orang-orang yang memiliki literasi keuangan yang baik biasanya lebih mampu merencanakan pengeluaran dan mempertimbangkan kebutuhan mereka sebelum membeli. Di sisi lain, individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah lebih mudah terjerat dalam pembelian impulsif, menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan kecenderungan terhadap pembelian yang tidak terencana. Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis diajukan yakni:

H2: Pengaruh literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap *Impulsive Buying*

2.4.3 Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) Terhadap *Impulsive Buying*

Dalam konteks penggunaan dompet digital, mahasiswa berulang kali dihadapkan pada rangsangan konsumsi berupa kemudahan transaksi, promosi digital, dan akses pembayaran instan. Paparan yang terus-menerus tersebut berpotensi menguras kapasitas pengendalian diri, sehingga mengurangi kemampuan individu untuk menahan dorongan konsumsi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengaruh teknologi pembayaran digital dapat melampaui mekanisme pengaturan diri individu (Ali et al., 2026). Hal ini sejalan dengan *Self Control Theory* yang menjelaskan bahwa kemampuan pengendalian diri bersifat terbatas, sehingga ketika individu menggunakan energi untuk mengendalikan perilaku tertentu, kemampuan tersebut dapat menurun sementara yang dikenal sebagai *ego depletion*. Kondisi ini menyebabkan individu menjadi lebih sulit mengendalikan tindakan selanjutnya dan berpotensi melakukan pembelian *impulsif*.

Dalam konteks penggunaan dompet digital, kemudahan transaksi, promo, dan fitur pembayaran instan dapat menjadi stimulus yang mendorong pembelian spontan. Berdasarkan *Self Control Theory*, individu dengan pengendalian diri tinggi cenderung mampu menahan dorongan tersebut, sedangkan individu dengan pengendalian diri rendah lebih rentan melakukan *impulsive buying*. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *impulsive buying* sering terjadi akibat kegagalan *self-regulation*, di mana individu tidak mampu mengendalikan dorongan konsumsi ketika menghadapi

godaan pembelian (Baumeister & Vohs, 2004). Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis diajukan yakni :

H3: Pengendalian diri memperlemah pengaruh penggunaan Dompet Digital terhadap *Impulsive Buying*

2.4.4 Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying*

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku impulsif semakin meningkat seiring dengan tingkat pengendalian diri yang dimiliki individu. Mereka tidak hanya menyadari betapa pentingnya pengelolaan keuangan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menghindari pembelian yang bersifat mendadak dan tidak diperlukan (Aulia et al., 2023). (Ali et al., 2026) menyatakan bahwa literasi keuangan tanpa pengendalian diri yang kuat dapat meningkatkan tingkat konsumsi, sedangkan kombinasi antara pemahaman finansial yang baik dan pengendalian diri yang kokoh dapat membantu mengurangi pengeluaran. Dengan pengendalian diri yang memadai, seseorang lebih mampu menahan keinginan impulsif dan memanfaatkan pengetahuan keuangan mereka sebagai dasar dalam pengambilan keputusan konsumen. Berdasarkan pernyataan tersebut, hipotesis diajukan yakni :

H4: Pengendalian diri memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap *Impulsive Buying*

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Berdasarkan penjelasan. (Sugiyono, 2013), pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berakar pada filosofi positivisme dan digunakan untuk menjelajahi populasi atau sampel tertentu. Proses pengumpulan data dilakukan melalui alat penelitian, dan analisis data berlangsung secara kuantitatif atau statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh variabel independen yaitu, penggunaan dompet serta literasi keuangan terhadap variabel dependen *impulsive buying* dengan pengendalian diri berfungsi sebagai variabel moderasi di antara mahasiswa akuntansi di Malang.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Malang, khususnya di Universitas yang telah berakreditasi unggul seperti Brawijaya, Universitas Negeri Malang, UIN Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang. Tempat-tempat ini dipilih dengan sengaja berdasarkan kesesuaian subjek penelitian, yaitu mahasiswa akuntansi yang memanfaatkan dompet digital untuk transaksi harian. Selain itu, diasumsikan bahwa mahasiswa akuntansi memiliki pemahaman mengenai manajemen keuangan, sehingga penting untuk menyelidiki dampak dari penggunaan *e-wallet* dan literasi keuangan terhadap perilaku belanja impulsif, dengan pengendalian diri sebagai variabel moderasi

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada kelompok yang bisa digeneralisasikan yang terdiri dari objek atau individu yang memiliki atribut dan karakteristik spesifik yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis, dari mana kesimpulan akan diambil (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kota Malang, yang secara khusus berasal dari Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kota Malang, yang secara khusus berasal dari Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang.

Hair Jr et al (2021) menyatakan bahwa salah satu pedoman dalam menentukan ukuran sampel minimum pada analisis PLS-SEM adalah menggunakan *10 times rule*. Aturan tersebut menghitung jumlah minimum sampel dengan mengalikan jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian dengan angka 10. Berdasarkan ketentuan tersebut, penelitian ini memiliki 14 indikator sehingga jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 140 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih dalam sampel. Sementara itu, *sampling bertujuan* adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel berdasar kriteria tertentu yang selaras dengan tujuan penelitian.

Analisis ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah *indicator* dengan 10, atau 10 x jumlah variabel. Dalam penelitian ini menggunakan 14 *indicator* dalam menentukan item pertanyaan, sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak $10 \times 14 = 140$ responden. Adapun kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini sebagai berikut

- 1) 1) Mahasiswa aktif dari Jurusan Akuntansi di Malang, pada tahun akademik 2022–2024
- 2) Mahasiswa yang menggunakan dompet digital (*e-wallet*)
- 3) Mahasiswa yang pernah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet*
- 4) Bersedia mengisi kuesioner penelitian

3.5 Data Dan Jenis Data

Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui distribusi kuesioner kepada para responden. Berdasarkan penjelasan (Sugiyono, 2013), data primer adalah informasi yang diambil langsung oleh peneliti

untuk memenuhi tujuan penelitian tertentu. Dalam studi ini, data primer didapat dari umpan balik mahasiswa akuntansi di Malang yang menjawab kuesioner *online*. Informasi ini mencakup pandangan responden mengenai pemanfaatan dompet digital (*e-wallet*), tingkat pengetahuan keuangan mereka, kemampuan pengendalian diri, serta perilaku pembelian impulsif yang mereka tunjukkan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Menurut (Sugiyono, 2013), kuesioner merupakan cara untuk mengumpulkan data di mana responden diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus diisi. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis tertutup, yang berarti responden diminta untuk memilih jawaban dari opsi yang tersedia. Variabel diukur menggunakan skala *Likert* dengan lima poin mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Skala ini digunakan untuk menilai sikap, persepsi, dan perilaku responden mengenai variabel penggunaan dompet digital (*e-wallet*), literasi keuangan, pembelian impulsif, serta pengendalian diri. Kuesioner disebarkan secara *online* melalui *google form* kepada mahasiswa aktif angkatan 2022-2024 dari program studi Akuntansi di Malang yang memenuhi syarat sampel.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut (Sugiyono, 2013), menjelaskan bahwa skala *Likert* berfungsi untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi dari individu atau kelompok terkait suatu fenomena

sosial. Dalam penggunaan skala ini, variabel penelitian dipecah menjadi indikator-indikator, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk menyusun pernyataan dalam kuesioner. Setiap pernyataan dalam kuesioner dilengkapi dengan lima opsi jawaban, yang memiliki skor atau bobot nilai pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Skala Pengukuran

Jawaban	Symbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.8 Definisi Oprasional Variabel

Tabel 3. 2
Oprasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Dompet digital/ E-Wallet	Penggunaan dompet digital	Saya sering menggunakan dompet digital untuk transaksi pembayaran.	(Salma & Permatasari, 2025b)
			Saya menggunakan dompet digital setiap kali melakukan transaksi.	
			Saya menggunakan dompet digital saya 3-5 kali seminggu	
			Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh dompet digital tersebut.	
			Saya berbagi kepuasan saya dalam menggunakan dompet digital dengan orang lain.	
	Literasi Keuangan	Money and transaction	Saya membandingkan biaya atau biaya transaksi antar layanan digital payment sebelum menggunakannya.	(Usman et al., 2025)

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
			Saya memahami cara melakukan transaksi menggunakan digital <i>payment</i> .	
		<i>Planning and managing</i>	Saya membuat perencanaan anggaran keuangan bulanan. Saya mengelola pemasukan dan pengeluaran saya secara teratur.	
		<i>Risk and reward</i>	Saya memahami manfaat penggunaan digital <i>payment</i> . Saya mempertimbangkan risiko sebelum menggunakan digital <i>payment</i> .	
		<i>Financial landscape</i>	Mengetahui bahwa pembelian kredit merupakan utang yang harus dibayar di masa depan. Memiliki tabungan atau dana darurat untuk kebutuhan mendesak.	
	<i>Impulsive Buying</i>	<i>Spontaneity</i>	Saya sering melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Ketika melihat produk yang menarik, saya cenderung segera membelinya. Saya terkadang memiliki keinginan untuk membeli sesuatu secara tiba-tiba.	(Ayuningtyas & Irawan, 2021) yang merujuk pada penelitian (Rook & Fisher, 1995)
		Kurang pertimbangan/ perencanaan	Saya sering membeli suatu produk tanpa mempertimbangkannya secara mendalam terlebih dahulu. Saya cenderung membeli suatu produk terlebih dahulu dan memikirkan konsekuensinya kemudian. Sebagian besar pembelian yang saya lakukan direncanakan dengan cermat terlebih dahulu.	
		Pembelian berdasarkan perasaan/ perencanaan	Saya cenderung langsung melakukan pembelian ketika muncul keinginan untuk membeli.	

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
			Keputusan pembelian saya sering dipengaruhi oleh perasaan yang saya rasakan saat itu.	
			Saya terkadang kurang berhati-hati dalam menentukan produk yang saya beli.	
4.	Self-Control	Habit Control	Saya mengalami kesulitan untuk menghentikan kebiasaan buruk yang saya miliki.	(Strömbäck et al., 2017)
		Self-Discipline/Attention Control	Saya mudah teralihkan oleh hal-hal lain ketika sedang melakukan sesuatu.	
		Resisting Temptation	Saya mampu menahan godaan yang dapat mengganggu tujuan saya.	
		Impulse Control	Saya sering melakukan sesuatu yang menyenangkan saat ini tetapi kemudian menyesalinya.	
		Deliberate Action	Saya sering bertindak tanpa mempertimbangkan berbagai alternatif yang ada terlebih dahulu.	
		Short-Term Future Orientation	Saya lebih berfokus pada kepentingan jangka pendek daripada jangka panjang.	
			Saya percaya bahwa masa depan akan berjalan dengan sendirinya tanpa perlu banyak perencanaan.	
			Saya lebih memikirkan kebutuhan hari ini daripada kebutuhan di masa depan	
			Kenyamanan saya saat ini menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan.	

3.9 Analisis Data

3.9.1 Evaluasi (*Outher Model*) Model Pengukuran

Analisa *outer* model atau model pengukuran adalah model yang mendefinisikan bagaimana setiap variabel manifes yang berupa indicator atau instrumen berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dalam SEM PLS memiliki pengertian sebagai variabel yang nilai kuantitatifnya tidak dapat diamati secara langsung, melainkan dapat disimpulkan dengan menggunakan model matematik dari variabel lain yang sedang di observasi dan diukur secara langsung. Analisis *outer* model dilakukan dengan *uji convergent validity*, *discriminant validity*, dan *uji reliabilitas*.

1. *Uji Convergent Validity*

Uji validitas konvergen dalam SmartPLS dengan indikator reflektif dapat dinilai berdasarkan *outer loading* dan nilai *Average Variant Extracted* (AVE). Dengan indikator reflektif, uji validitas konvergen dinilai dari korelasi antara skor komponen dengan skor konstruk (*loading factor*). *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah *outer loading* >0,7, *communality* >0,5 dan *Average Variant Extracted* (AVE) > 0,5 (Sholihin & Ratmono, 2021)

2. *Uji Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk, data

dikatakan valid jika memiliki nilai *cross loading* pada variabel yang berkorelasi paling besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel konstruk lainnya. Data dikatakan valid apabila setiap variabel memiliki nilai *cross loading* $>0,7$. Berdasarkan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), validitas diskriminan terpenuhi jika $HTMT < 0,90$ (atau $< 0,85$ untuk konstruk berbeda), sehingga nilai HTMT di bawah ambang batas menunjukkan validitas diskriminan yang memadai. Jika $HTMT < 0,90$, Validitas diskriminan terpenuhi. $HTMT > 0,90$ maka Validitas diskriminan tidak terpenuhi (Sholihin & Ratmono, 2021).

3. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas pada SEM PLS ada dua metode yang digunakan, yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. *Composite reliability* mengukur sebuah konstruk melalui nilai sesungguhnya, sedangkan *cronbach's alpha* mengukur suatu konstruk melalui batas bawah pada nilai reliabilitas. Untuk mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk, *composite reliability* dinilai lebih baik. *Rule of thumb* nilai dari *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 walaupun nilai 0,6 juga masih dapat diterima (Sholihin & Ratmono, 2021).

3.9.2 Evaluasi (Inner Model) Model Structural

Inner model atau model pengukuran bagian dalam disebut juga sebagai model struktural. Model struktural merupakan model yang menggambarkan hubungan antara

variabel laten eksogen (independen) dan variabel laten endogen (dependen). Pengujian *inner model* (model struktural) dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel dalam penelitian. Evaluasi model struktural dapat dilakukan dengan melihat nilai *R-square* pada variabel dependen untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

1. Nilai R square (R^2)

Nilai *R Square* (R^2) merupakan uji agar dapat mengetahui besarnya pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen tersebut dengan melihat nilai R^2 . Jika nilai R^2 semakin tinggi maka berarti semakin baik model prediksinya dari model riset yang diajukan. Jika nilai R^2 lebih dari 0,75 pengaruh antar konstruknya kuat sedangkan $R^2 < 0,50$ memiliki pengaruh antar konstruk rendah (Sholihin & Ratmono, 2021)

2. *Path Coefficient*

Alat ukur yang digunakan untuk menilai kekuatan pengaruh antar variabel dalam model adalah *path coefficient*. Nilai *path coefficient* berkisar antara -1 dan 1, di mana semakin mendekati angka 1 atau -1, semakin kuat hubungan antar variabel. Nilai positif menunjukkan arah hubungan yang positif sedangkan nilai negatif menunjukkan arah yang berlawanan (Sholihin & Ratmono, 2021)

3.9.3 Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik *Outer Model* maupun *Inner Model*, Langkah selanjutnya Adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat *signifikansinya*. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat hasil nilai t-statistik dan nilai *p value*. Tingkat keyakinan dalam penelitian ini adalah 95%, maka nilai t-tabel harus $>1,96$ untuk hipotesis *two tailed*. Nilai probabilitas *p value* dengan *alpha* atau nilai *signifikansi* yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% yaitu 0,05. Dasar pengambilan keputusan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t statistik $>1,96$ dan nilai *P value* $>0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika nilai t statistik $<1,96$ dan nilai *P value* $<0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3.9.4 Uji Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang mempunyai pengaruh ketergantungan (menguatkan atau melemahkan) pada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji moderasi merupakan sebuah teknik statistik untuk regresi linear berganda yang dalam persamaan regresinya menyertakan unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen), tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan menguatkan atau melemahkan korelasi antara variabel independen dan

variabel dependen. Dalam pengujian efek moderasi, suatu variabel dianggap sebagai variabel moderasi dan dianggap *signifikan* jika nilai *p-value* $< 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel moderasi memengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen apabila nilai t-statistik $> 1,96$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kota Malang, yang meliputi mahasiswa dari Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2022-2024. Responden dipilih berdasarkan kriteria telah menempuh atau sedang menempuh mata kuliah Manajemen Keuangan serta aktif menggunakan dompet digital (*e-wallet*). Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui berbagai platform media sosial, seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *X (Twitter)*, *Threads*, dan *TikTok*. Berdasarkan proses pengumpulan data, peneliti berhasil memperoleh sebanyak 178 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Selanjutnya, karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori sebagai berikut.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki -laki	61	34%
2.	Perempuan	116	66%
	Jumlah	178	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 116 orang atau 66% dari keseluruhan sampel. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 61 orang atau 34%.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kampus Mahasiswa

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Kampus

No.	Universitas	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Universitas Brawijaya	43	24%
2	Universitas Negeri Malang	35	20%
3	UIN Malang	68	38%
4	Universitas Muhammadiyah Malang	32	18%
Jumlah		178	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 mayoritas berasal dari UIN Maulana Malik Ibrahim

Malang, yaitu sebanyak 68 orang atau sekitar 38% dari keseluruhan sampel. Responden dari Universitas Brawijaya berjumlah 43 orang (24%), Universitas Negeri Malang sebanyak 35 orang (20%), dan Universitas Muhammadiyah Malang sebanyak 32 orang (18%).

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	2022	78	44%
2.	2023	57	32%
3.	2024	43	24%
Jumlah		178	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 mayoritas responden berasal dari angkatan 2022, yaitu

sebanyak 78 orang atau 44% dari total responden. Selanjutnya, responden dari angkatan 2023 berjumlah 57 orang atau 32%, sedangkan responden dari angkatan 2024 sebanyak 43 orang atau 24%.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1 Variabel Dompot Digital (X1)

Tabel 4. 4

Deskripsi Jawaban Responden Dompot Digital

NO	ITEM	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		MEAN
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	23	24%	29	20%	30	16%	36	17%	60	25%	3,46
2	X1.2	26	27%	27	18%	40	21%	37	17%	48	20%	3,30
3	X1.3	19	20%	29	20%	54	28%	44	21%	32	13%	3,23
4	X1.4	19	20%	27	18%	27	14%	44	21%	61	25%	3,57
5	X1.5	9	9%	34	23%	42	22%	52	24%	41	17%	3,46

Berdasarkan Tabel 4.4, variabel Dompot Digital (X1) menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat penggunaan dan penilaian yang positif terhadap dompet digital. Hal ini terlihat dari dominannya jawaban responden pada kategori netral, setuju, dan sangat setuju dibandingkan dengan kategori tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sebaran jawaban pada setiap item cenderung terkonsentrasi pada skala 3 hingga 5, yang mengindikasikan bahwa responden cukup aktif menggunakan dompet digital dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi adalah X1.4 sebesar 3,57, yaitu pernyataan mengenai kepuasan terhadap layanan dompet digital, sedangkan nilai *mean* terendah terdapat pada indikator X1.3 sebesar 3,23 yang berkaitan dengan frekuensi penggunaan dompet digital sebanyak 3–5 kali dalam seminggu. Meskipun demikian, seluruh nilai *mean* berada di atas nilai tengah skala pengukuran, sehingga menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap penggunaan dompet digital. Secara keseluruhan, hasil tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa Akuntansi di Kota Malang telah terbiasa menggunakan dompet digital sebagai sarana pembayaran dan memiliki tingkat kepuasan yang cukup baik

terhadap layanan yang diberikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa dompet digital telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi keuangan responden dalam kehidupan sehari-hari.

4.2.2 Variabel Literasi Keuangan (X2)

Tabel 4. 5

Deskripsi Jawaban Responden Literasi Keuangan

NO	ITEM	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		MEAN
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	18	12%	34	15%	41	15%	47	12%	38	10%	3,30
2	X2.2	22	14%	28	13%	41	15%	33	9%	54	14%	3,39
3	X2.3	14	9%	32	14%	39	14%	53	14%	35	9%	3,35
4	X2.4	21	14%	30	13%	39	14%	53	14%	35	9%	3,29
5	X2.5	20	13%	24	11%	29	11%	55	14%	50	13%	3,51
6	X2.6	17	11%	31	14%	30	11%	49	13%	51	13%	3,48
7	X2.7	18	12%	17	8%	27	10%	55	14%	61	16%	3,70
8	X2.8	23	15%	28	13%	27	10%	35	9%	65	17%	3,51

Berdasarkan Tabel 4.5 variabel Literasi Keuangan (X2) yang terdiri atas delapan indikator menunjukkan nilai *mean* berkisar antara 3,29 hingga 3,70. Hal ini mengindikasikan bahwa responden cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik. Nilai *mean* tertinggi terdapat pada indikator X2.7 sebesar 3,70, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memahami bahwa pembelian secara kredit merupakan utang yang harus dibayar di masa depan. Sebaliknya, nilai *mean* terendah terdapat pada indikator X2.4 sebesar 3,29 mengenai pengelolaan pemasukan dan pengeluaran secara teratur, meskipun nilainya masih menunjukkan kecenderungan positif.

Secara umum, hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang cukup baik pada berbagai dimensi literasi keuangan, meliputi aspek transaksi keuangan (*money and transaction*), pemahaman terhadap kondisi dan konsep keuangan (*financial landscape*), pertimbangan manfaat dan risiko (*risk and reward*), serta perencanaan dan pengelolaan keuangan (*planning and managing*). Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Akuntansi di Kota Malang memiliki pengetahuan dan pemahaman keuangan yang mendukung pengambilan keputusan dalam penggunaan digital *payment* sebagai metode transaksi.

4.2.3 Variabel Impulsive Buying (Y)

Tabel 4. 6

Deskripsi Jawaban Responden Impulsive Buying

NO	ITEM	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		MEAN
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y.1	38	25%	38	17%	31	11%	31	8%	40	10%	2,97
2	Y.2	24	16%	39	17%	38	14%	54	14%	23	6%	3,07
3	Y.3	40	26%	33	15%	31	11%	41	11%	33	8%	2,96
4	Y.4	36	24%	42	19%	37	14%	28	7%	35	9%	2,91
5	Y.5	34	22%	43	19%	40	15%	37	10%	24	6%	2,85
6	Y.6	40	26%	24	11%	36	13%	33	9%	45	12%	3,11
7	Y.7	17	11%	26	12%	51	19%	51	13%	33	8%	3,32
8	Y.8	29	19%	28	13%	32	12%	50	13%	39	10%	3,24
9	Y.9	24	16%	34	15%	53	19%	37	10%	30	8%	3,08

Berdasarkan Tabel 4.6, variabel *Impulsive Buying* (Y) yang terdiri atas sembilan indikator menunjukkan nilai *mean* berkisar antara 2,85 hingga 3,32. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi terdapat pada Y.7 sebesar 3,32, yaitu pernyataan “Saya cenderung langsung melakukan pembelian ketika muncul keinginan untuk membeli.”

Hasil ini menunjukkan bahwa di antara indikator perilaku *impulsive buying* yang diukur, responden relatif lebih sering merasakan dorongan untuk segera melakukan pembelian ketika muncul keinginan tertentu. Namun, kecenderungan tersebut tidak serta-merta menunjukkan bahwa responden mengabaikan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.

Di sisi lain, indikator dengan nilai *mean* terendah terdapat pada Y.5 sebesar 2,85, yaitu pernyataan “Saya cenderung membeli suatu produk terlebih dahulu dan memikirkan konsekuensinya kemudian.” Nilai tersebut mengindikasikan bahwa responden relatif kurang menyetujui perilaku membeli tanpa memikirkan konsekuensi setelahnya. Dengan demikian, meskipun responden dapat memiliki dorongan untuk melakukan pembelian secara spontan, mereka masih menunjukkan kecenderungan untuk mempertimbangkan dampak atau konsekuensi dari keputusan pembelian yang dilakukan.

4.2.4 Variabel Pengendalian Diri (Z)

Tabel 4. 7

Deskripsi Jawaban Responden Pengendalian Diri

NO	ITEM	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		MEAN
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Z.1	38	25%	38	17%	39	14%	34	9%	29	7%	2,85
2	Z.2	21	14%	33	15%	51	19%	34	9%	39	10%	3,21
3	Z.3	23	15%	38	17%	55	20%	33	9%	29	7%	3,04
4	Z.4	26	17%	39	17%	52	19%	35	9%	26	7%	2,98
5	Z.5	20	13%	47	21%	44	16%	40	11%	27	7%	3,04
6	Z.6	34	22%	46	21%	40	15%	39	10%	19	5%	2,79
7	Z.7	23	15%	45	20%	48	18%	34	9%	28	7%	2,99

8	Z.8	33	22%	49	22%	39	14%	33	9%	24	6%	2,81
9	Z.9	29	19%	23	10%	37	14%	47	12%	42	11%	3,28

Berdasarkan Tabel 4.7, variabel Pengendalian Diri (Z) yang terdiri atas sembilan indikator memiliki nilai *mean* berkisar antara 2,79 hingga 3,28. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan jawaban pada kategori netral hingga setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan pengendalian diri. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi terdapat pada Z.9 sebesar 3,28, yaitu pernyataan “Kenyamanan saya saat ini menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan.” Hal ini menunjukkan bahwa responden relatif lebih banyak memberikan persetujuan terhadap pernyataan tersebut dibandingkan indikator lainnya. Sementara itu, indikator dengan nilai *mean* terendah terdapat pada Z.6 sebesar 2,79, yaitu pernyataan “Saya lebih berfokus pada kepentingan jangka pendek daripada jangka panjang.” Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan tersebut relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Secara keseluruhan, jawaban responden pada setiap indikator menunjukkan variasi tingkat persetujuan terhadap aspek-aspek pengendalian diri yang diukur dalam penelitian, mulai dari pengendalian kebiasaan, pengendalian perhatian, kemampuan menahan godaan, pengendalian impuls, hingga orientasi terhadap masa depan.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Outer Model

Outer model adalah model pengukuran yang menjelaskan hubungan antara kumpulan indikator dan variabel laten yang representasinya. Model ini digunakan untuk mempertanyakan validitas konstruk dan reliabilitas instrumen penelitian.

1) Uji Convergent Validity

Uji validitas merupakan kriteria yang paling penting dalam sebuah studi. Uji validitas menunjukkan apakah temuan penelitian mampu diterima sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu. Pengujian ini dilaksanakan dengan mengetahui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Jika nilai *loading factor* melebihi 0,70 dan nilai AVE lebih dari 0,5, maka variabel tersebut dianggap valid secara konvergen (Sholihin & Ratmono, 2021). Berikut hasil nilai dari uji *convergent validiy* pada penelitian tersebut yang melibatkan adanya lima variabel penelitian.

Tabel 4. 8
Nilai Outer Loading dan AVE

Variable	Item	Loading Faktor	AVE	Keterangan
Dompot Digital	X1.1	0.866	0,719	Valid
	X1.2	0.855		Valid
	X1.3	0.868		Valid
	X1.4	0.838		Valid
	X1.5	0.812		Valid
Literasi Keuangan	X2.1	0.716	0,640	Valid
	X2.2	0.831		Valid
	X2.3	0.769		Valid
	X2.4	0.844		Valid
	X2.5	0.809		Valid

	X2.6	0.780		Valid
	X2.7	0.818		Valid
	X2.8	0.823		Valid
<i>Impulsive Buying</i>	Y.1	0.810	0,623	Valid
	Y.2	0.824		Valid
	Y.3	0.815		Valid
	Y.4	0.801		Valid
	Y.5	0.729		Valid
	Y.6	0.817		Valid
	Y.7	0.726		Valid
	Y.8	0.831		Valid
	Y.9	0.743		Valid
Pengendalian Diri	Z.1	0.767	0.599	Valid
	Z.2	0.804		Valid
	Z.3	0.721		Valid
	Z.4	0.806		Valid
	Z.5	0.821		Valid
	Z.6	0.809		Valid
	Z.7	0.768		Valid
	Z.8	0.722		Valid
	Z.9	0.743		Valid

Pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas konvergen (*convergent validity*) mengindikasikan seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Dompet Digital, Literasi Keuangan, *Impulsive Buying*, dan Pengendalian Diri memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Nilai *loading factor* tertinggi terdapat pada indikator X1.3 sebesar 0,868, sedangkan nilai *loading factor* terendah terdapat pada indikator X2.1 sebesar 0,716. Meskipun demikian, seluruh indikator telah memenuhi batas minimum yang di per syaratkan, yaitu lebih dari 0,70, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

Selain itu, hasil pengujian melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,50 sehingga telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Variabel Dompet Digital (X1) memiliki nilai AVE sebesar 0,719, diikuti oleh variabel Literasi Keuangan (X2) sebesar 0,640, variabel *Impulsive Buying* (Y) sebesar 0,623, dan variabel Pengendalian Diri (Z) sebesar 0,599. Nilai AVE tertinggi dimiliki oleh variabel Dompet Digital, sedangkan nilai AVE terendah dimiliki oleh variabel Pengendalian Diri. Meskipun demikian, seluruh nilai AVE telah melampaui batas minimum 0,50, sehingga menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator penyusunnya..

2) Deskriminan Validitas

Discriminant Validity merupakan model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk, data dikatakan valid jika memiliki nilai *cross loading* pada variabel yang berkorelasi paling besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel konstruk lainnya. Data dikatakan valid apabila setiap variabel memiliki nilai *cross loading* $>0,7$. Berdasarkan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), validitas diskriminan terpenuhi jika $HTMT < 0,90$ (atau $< 0,85$ untuk konstruk berbeda), sehingga nilai HTMT di bawah ambang batas menunjukkan validitas diskriminan yang memadai. Jika $HTMT < 0,90$,

Validitas diskriminan terpenuhi. HTMT > 0,90 maka Validitas diskriminan tidak terpenuhi

Tabel 4. 9
Nilai Cross Loading

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.866	0.150	0.372	-0.109
X1.2	0.855	0.221	0.338	-0.118
X1.3	0.868	0.102	0.408	-0.094
X1.4	0.838	0.156	0.389	-0.060
X1.5	0.812	0.063	0.388	-0.098
X2.1	0.168	0.716	-0.093	0.092
X2.2	0.192	0.831	-0.238	-0.001
X2.3	0.162	0.769	-0.157	-0.078
X2.4	0.054	0.844	-0.338	-0.067
X2.5	0.148	0.809	-0.269	-0.127
X2.6	0.106	0.780	-0.191	-0.054
X2.7	0.120	0.818	-0.231	-0.020
X2.8	0.147	0.823	-0.193	-0.028
Y.1	0.303	-0.260	0.810	0.350
Y.2	0.292	-0.278	0.824	0.263
Y.3	0.341	-0.216	0.815	0.336
Y.4	0.298	-0.333	0.801	0.305
Y.5	0.358	-0.202	0.729	0.238
Y.6	0.412	-0.271	0.817	0.289
Y.7	0.522	-0.101	0.726	0.215
Y.8	0.321	-0.264	0.831	0.350
Y.9	0.327	-0.128	0.743	0.273
Z.1	-0.171	0.001	0.245	0.767
Z.2	-0.026	-0.075	0.362	0.804
Z.3	0.058	0.109	0.229	0.721
Z.4	-0.122	-0.044	0.276	0.806
Z.5	-0.148	-0.186	0.322	0.821
Z.6	-0.202	-0.099	0.318	0.809
Z.7	-0.136	-0.078	0.244	0.768
Z.8	-0.172	-0.086	0.242	0.722
Z.9	0.128	0.106	0.291	0.743

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil uji *cross loading*, seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabelnya sendiri dengan lebih baik daripada variabel lain sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan (*discriminant validity*). Dengan demikian, indikator-indikator pada variabel Dompet Digital (X1), Literasi Keuangan (X2), *Impulsive Buying* (Y), dan Pengendalian Diri (Z) mampu membedakan konstruknya secara baik dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 4. 10
Nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

	X1	X2	Y
X1 Dompet Digital			
X2 Literasi Keuangan	0.191		
Y <i>Impulsive Buying</i>	0.488	0.287	
Z Pengendalian Diri	0.188	0.143	0.394

Berdasarkan Tabel 4.10 Nilai HTMT antara Dompet Digital (X1) dan Literasi Keuangan (X2) sebesar 0,191, antara Dompet Digital (X1) dan *Impulsive Buying* (Y) sebesar 0,488, serta antara Literasi Keuangan (X2) dan *Impulsive Buying* (Y) sebesar 0,287. Sementara itu, nilai HTMT antara Pengendalian Diri (Z) dengan Dompet Digital (X1) sebesar 0,188, dengan Literasi Keuangan (X2) sebesar 0,143, dan dengan *Impulsive Buying* (Y)

sebesar 0,394. Selain itu, nilai HTMT yang melibatkan konstruk moderasi juga relatif rendah, yaitu 0,012–0,250.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan uji HTMT, karena seluruh nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Dompot Digital, Literasi Keuangan, *Impulsive Buying*, Pengendalian Diri, serta konstruk moderasi memiliki tingkat diskriminasi yang baik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3) Uji Reabilitas

Tabel 4. 11

Nilai *Cronbach's Alpha & Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
X1 Dompot Digital	0.902	0.927	Reliabel
X2 Literasi Keuangan	0.921	0.934	Reliabel
Y <i>Impulsive Buying</i>	0.924	0.937	Reliabel
Z Pengendalian Diri	0.916	0.931	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 dan nilai *Composite Reliability* melebihi 0,70. Hasil tersebut menandakan bahwa setiap variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas serta memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dinilai mampu

memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten. Oleh karena itu, seluruh instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel dan memenuhi persyaratan untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya dalam metode SEM-PLS.

Secara keseluruhan, seluruh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* pada setiap konstruk berada di atas batas minimum yang direkomendasikan, yaitu 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik, sehingga mampu mengukur konstruk yang diteliti secara konsisten dan dapat dipercaya.

4.3.2 Uji Inner Model

Pengujian *inner* model atau model struktural dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antar konstruk atau variabel laten dalam penelitian. Penilaian terhadap model ini umumnya dilakukan dengan melihat nilai *R-square* (R^2) serta besarnya koefisien jalur (*path coefficient*) pada model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sehingga semakin besar nilai R^2 yang diperoleh, semakin tinggi pula kemampuan model dalam menjelaskan dan memprediksi variabel yang diteliti.

1. Nilai *R-Square*

Tabel 4. 12
Nilai *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
Y Impulsive Buying	0.547	0.534

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* pada variabel *Impulsive Buying* (Y) sebesar 0,547 dengan nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,534. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian, yaitu dompet digital dan literasi keuangan, beserta interaksinya dengan variabel moderasi, mampu menjelaskan variasi *impulsive buying* sebesar 54,7%, sedangkan 45,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti.

Nilai *R-Square* sebesar 0,547 termasuk dalam kategori moderat (sedang), sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabel *impulsive buying*, meskipun masih terdapat faktor-faktor lain di luar model yang turut memengaruhi perilaku tersebut.

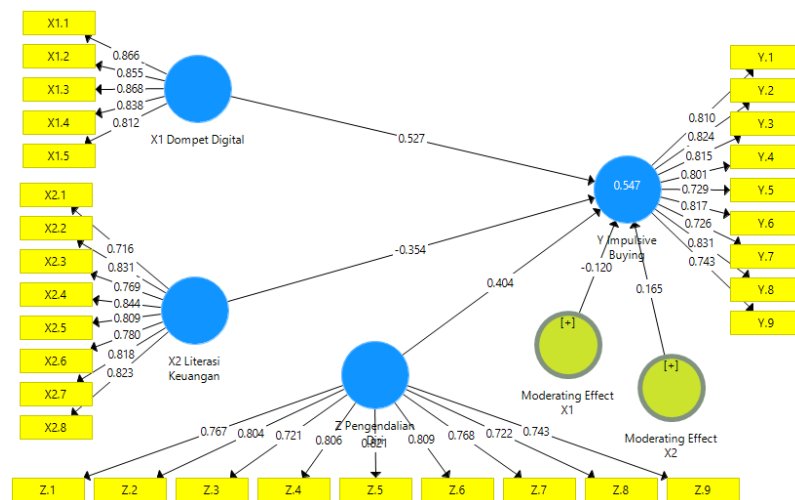
4.3.3 Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis nilai *t-statistic* dan *p-value* yang diperoleh melalui prosedur *bootstrapping*. Pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), hipotesis dinyatakan signifikan apabila:

- a. Nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05 (Sarstedt et al., 2020). Dengan demikian, apabila *p-value* > 0,05 dan *t-statistic* < 1,96, maka hipotesis nol (H_0) diterima atau hipotesis alternatif (H_1) ditolak.
- b. Sebaliknya, apabila *p-value* < 0,05 dan *t-statistic* > 1,96, maka hipotesis nol (H_0) ditolak atau hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Hasil pengujian hubungan antar variabel dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 4.1 dan Tabel 4.13 berikut.

Gambar 4. 1
Path Coefficients



Arah hubungan antara variabel independen dan dependen dapat ditentukan melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, digunakan model PLS dengan pendekatan reflektif.

Tabel 4. 13
Path Coeffients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	<i>Keteranga n</i>	<i>Keputusan</i>
X1 -> Y	0.527	11.704	0.000	Sig (+)	H1 Diterima
X2 -> Y	-0.354	6.367	0.000	Sig (-)	H2 Diterima
<i>Moderating Effect X1 - > Y</i>	-0.120	2.238	0.026	Sig (-)	H3 Diterima
<i>Moderating Effect X2 - > Y</i>	0.165	3.289	0.001	Sig (+)	H4 Diterima

Berdasarkan tabel 4.13, hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) terhadap *Impulsive Buying*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital (*e-wallet*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, dengan nilai koefisien jalur positif sebesar 0,527, *T-statistics* sebesar 11,704, dan *P-value* sebesar 0,000. Karena nilai *P-value* < 0,05, maka H1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan dompet digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa melakukan *impulsive buying*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Aulia et al., 2023), (Annisa et al., 2025), (Mahardisatya et al., 2024), (Aryadipura et al., 2025), serta (Suryati & Safitri, 2025) yang menyatakan bahwa dompet digital berpengaruh positif dan signifikan

terhadap *impulsive buying*. Kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, serta berbagai promo dan diskon yang ditawarkan melalui dompet digital dapat mendorong individu melakukan pembelian secara spontan..

H2: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Impulsive Buying*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,354, *T-statistics* sebesar 6,367, dan *P-value* sebesar 0,000. Karena nilai *P-value* < 0,05, maka H2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka melakukan *impulsive buying*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying*. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Aulia et al., 2023), (Annisa et al., 2025), dan Hilwana. (Hilwana. A et al., 2025) yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran, mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, dan menghindari pembelian yang bersifat *impulsive*.

H3: Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Penggunaan Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap *Impulsive Buying*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengendalian diri memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying*, dengan nilai koefisien moderasi

sebesar -0,120, *T-statistics* sebesar 2,238, dan *P-value* sebesar 0,026. Karena nilai *P-value* < 0,05, maka H3 diterima.

Koefisien moderasi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa pengendalian diri mampu memperlemah pengaruh positif penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying*. Artinya, meskipun penggunaan *e-wallet* dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif, individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi akan lebih mampu menahan dorongan tersebut sehingga dampaknya menjadi lebih kecil.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan sejalan dengan penelitian (Rahmawati & Andhaniwati, 2023) serta (Sari & Asyari, 2024) yang menyatakan bahwa *self-control* mampu memperlemah pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif maupun *impulsive buying*.

H4: Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Impulsive Buying*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengendalian diri memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying*, dengan nilai koefisien moderasi sebesar 0,165, *T-statistics* sebesar 3,289, dan *P-value* sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa efek moderasi tersebut signifikan secara statistik.

Namun demikian, nilai koefisien moderasi yang positif menunjukkan bahwa pengendalian diri tidak memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying*, sebagaimana yang dirumuskan dalam hipotesis penelitian

Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian (Hilwana. A et al., 2025) yang menyatakan bahwa pengendalian diri mampu memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pada konteks penelitian ini, peran pengendalian diri sebagai variabel moderasi dapat berbeda sehingga memerlukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang memengaruhinya.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying*, pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying*, serta peran pengendalian diri dalam memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* dan pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang. Hasil dari pengaruh antar variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Impulsive Buying

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan dompet digital oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara impulsif. (Franzene & Bermio, 2024), menyatakan peningkatan interaksi dengan dompet digital dikaitkan dengan peningkatan kecenderungan untuk mengeluarkan uang secara impulsif dan peningkatan perilaku konsumerisme. Selain itu, penelitian ini

menekankan kenyamanan dan kepuasan instan yang ditawarkan oleh transaksi dompet digital, yang dapat memicu pembelian spontan yang melebihi anggaran (Saha & Dhenwal, 2023). Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang ditargetkan dan unsur gamifikasi dalam ekosistem dompet digital dapat memicu dorongan pembelian impulsif pada konsumen.

Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* dapat dijelaskan menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)* dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam konteks penggunaan dompet digital, kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, dan fleksibilitas mendorong sikap positif terhadap konsumtif dan meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan mahasiswa, kemudahan layanan tersebut membuat dompet digital semakin diminati dan banyak digunakan oleh mahasiswa yang merupakan kelompok dengan tingkat adopsi teknologi yang tinggi. Tingginya penggunaan dompet digital tersebut berpotensi memengaruhi perilaku *impulsive buying* karena kemudahan transaksi dapat meningkatkan frekuensi pembelian (Aulia et al., 2023).

Menurut penelitian (F. I. Ramadhan & Yusnaini, 2025) Pembayaran non tunai mengubah cara konsumen melihat pengeluaran uang. Tidak adanya pertukaran uang fisik mengurangi rasa sakit saat membayar, yang sama seperti perasaan kehilangan yang terjadi saat membayar dengan uang tunai. Kemudahan ini menjadi stimulus yang mengurangi hambatan psikologis dalam berbelanja, yang meningkatkan kemungkinan perilaku impulsif. Konsumen merasa transaksi terasa lebih ringan karena mereka tidak

melihat uang sambil membayar. Studi oleh Giswandhani & Hilmi (2020) menemukan bahwa pelanggan yang secara teratur menggunakan metode pembayaran digital lebih cenderung melakukan pembelian impulsif daripada pelanggan yang tetap membayar dengan uang tunai.

Temuan ini relevan dengan karakteristik responden penelitian, yaitu mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kota Malang yang merupakan generasi muda dengan tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi. Meskipun sebagian besar responden telah memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan melalui perkuliahan, kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta berbagai promosi yang ditawarkan oleh layanan dompet digital tetap dapat mendorong terjadinya pembelian secara spontan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi pembayaran digital berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini juga sejalan dengan perspektif akuntansi keperilakuan yang menjelaskan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan individu. Dalam masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*), kemudahan dan kecepatan transaksi melalui dompet digital dapat mengurangi kesadaran terhadap pengeluaran aktual, sehingga meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian secara spontan. Selain itu, individu cenderung memandang uang digital sebagai sesuatu yang “kurang nyata” dibandingkan uang tunai, sehingga lebih mudah melakukan pengeluaran tanpa pertimbangan yang matang. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa faktor psikologis dan perilaku memiliki peran

penting dalam membentuk keputusan konsumsi di era pembayaran digital (F. I. Ramadhan & Yusnaini, 2025).

Dalam perspektif Islam, penggunaan dompet digital sebagai inovasi teknologi pada dasarnya diperbolehkan. Namun, apabila kemudahan transaksi tersebut mendorong pembelian impulsif yang berlebihan hingga mengarah pada perilaku berlebihan (israf) dan pemborosan (tabzir), maka hal tersebut tidak sejalan dengan prinsip konsumsi dalam Islam yang menekankan sikap sederhana, tidak boros, dan mendahulukan kebutuhan daripada keinginan. Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-A'raf ayat 31:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰزِجَتَكَ مِنْ جَنَّةٍ مِّنْ دُوْنِ هٰذِهِۦ ۖ كُلَا مِنْ حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هٰذِهِۦ الشَّجَرَةَ فَتَكُنَا مِنَ الصَّٰغِرِيْنَ

"Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."

Selain itu, Allah Swt. juga berfirman dalam QS. Al-Furqan Ayat 67 :

وَالَّذِيْنَ اِذَا اَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْا وَلَمْ يَقْتُرُوْا وَكَانَ بَيْنَٰ ذٰلِكَ قَوَامٌۭ

"Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar," (QS. Al-Furqan 25: Ayat 67)

Menurut Quraish Shihab, konsep israf tidak hanya berarti menghabiskan harta dalam jumlah besar, tetapi juga mencakup setiap bentuk penggunaan yang melampaui batas kewajaran dan kebutuhan. Seseorang dapat dikatakan melakukan israf ketika

mengonsumsi atau membeli sesuatu secara berlebihan, meskipun barang tersebut halal dan diperbolehkan, apabila tidak sesuai dengan kebutuhan atau dilakukan tanpa pertimbangan yang bijaksana. Sementara itu, tabzir dimaknai sebagai tindakan menghambur-hamburkan harta untuk hal-hal yang tidak memberikan manfaat atau digunakan pada tujuan yang tidak semestinya. Kedua perilaku tersebut dipandang bertentangan dengan prinsip Islam yang mengajarkan keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam mengelola harta (Fuadi et al., 2024).

Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan dompet digital dapat mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara spontan. Apabila pembelian tersebut dilakukan semata-mata karena dorongan sesaat, promo, atau keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya, maka perilaku tersebut berpotensi mengarah pada israf atau bahkan tabzir. Oleh karena itu, penggunaan dompet digital hendaknya disertai dengan pengendalian diri dan pengelolaan keuangan yang bijaksana agar tetap selaras dengan ajaran Islam yang menganjurkan sikap tidak berlebihan dalam membelanjakan harta.

4.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying*

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara impulsif. Sebaliknya, mahasiswa dengan

tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung lebih mudah melakukan pembelian tanpa perencanaan dan berdasarkan dorongan sesaat.

Pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) teori ini menegaskan bahwa pemahaman dan sikap terhadap pengelolaan keuangan hanya dapat memengaruhi tindakan yang nyata jika didukung oleh norma subjektif dan persepsi kontrol terhadap perilaku. Dalam hal pengambilan keputusan oleh konsumen masa kini. (Bosnjak et al., 2020) mengungkapkan bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang tinggi cenderung melakukan evaluasi yang lebih rasional sebelum melakukan pengeluaran. Hal ini terjadi terutama karena meningkatnya kontrol perilaku yang dirasakan, yang disebabkan oleh kemudahan akses ke layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Suratno et al., 2021) yang menunjukkan bahwa orang-orang yang memiliki literasi keuangan yang baik biasanya lebih mampu merencanakan pengeluaran dan mempertimbangkan kebutuhan mereka sebelum membeli. Di sisi lain, individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah lebih mudah terjerat dalam pembelian impulsif, menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan kecenderungan terhadap pembelian yang tidak terencana.

Pada penelitian (Jabar & Delayco, 2021) menyatakan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk melakukan pembelian impulsif. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai konsep keuangan, tetapi juga mencakup

aspek perilaku seperti penggunaan informasi keuangan, pencatatan keuangan, serta pengambilan keputusan yang rasional sebelum melakukan pembelian. Dengan memiliki pemahaman dan kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik, seseorang dapat lebih mudah mengendalikan dorongan emosional dalam berbelanja dan mempertimbangkan kemampuan finansialnya sebelum mengambil keputusan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dapat menjadi salah satu upaya untuk menekan kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa.

Ditinjau dari karakteristik responden, penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi di Kota Malang yang telah menempuh atau sedang menempuh mata kuliah Manajemen Keuangan. Latar belakang akademik tersebut memungkinkan responden memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai konsep pengelolaan keuangan, penyusunan anggaran, serta pentingnya mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum melakukan transaksi. Hal ini tercermin dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memahami bahwa pembelian secara kredit merupakan utang yang harus dilunasi di masa mendatang serta memiliki kecenderungan untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran secara teratur. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan di bidang akuntansi dan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dapat mendukung mahasiswa dalam mengambil keputusan konsumsi yang lebih rasional serta menghindari pembelian yang bersifat impulsif.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui perspektif akuntansi keperilakuan, yang memandang bahwa pengetahuan keuangan memengaruhi

bagaimana individu mengambil keputusan dan mengelola perilaku keuangannya. Literasi keuangan membantu individu memahami konsep dasar keuangan, mengelola keuangan pribadi secara efektif, serta membuat keputusan keuangan yang tepat sehingga dapat menghindari keputusan yang merugikan secara finansial. Individu dengan literasi keuangan yang baik juga lebih mampu memahami risiko dan manfaat dari berbagai keputusan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan finansialnya (Ismia et al., 2024). Sejalan dengan hal tersebut, penelitian mengenai perilaku pembelian di *e-commerce* menunjukkan bahwa literasi keuangan membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bijaksana sehingga dapat menekan kecenderungan pembelian impulsif.. Dengan demikian, kemampuan memahami dan menerapkan pengetahuan keuangan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana (Wahyuandari et al., 2024).

Dalam perspektif Islam, literasi keuangan tidak hanya dipandang sebagai kemampuan memahami konsep-konsep keuangan, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab dalam mengelola harta yang telah diamanahkan oleh Allah Swt. Islam mengajarkan bahwa setiap individu harus menggunakan hartanya secara bijaksana, menghindari pemborosan, serta mempertimbangkan manfaat dan kemaslahatan dalam setiap keputusan ekonomi. Hal ini sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. An-Nisa ayat 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.” (QS. An-Nisa: 5)

Ayat tersebut menunjukkan pentingnya kemampuan dan kecakapan dalam mengelola harta sehingga tidak disalahgunakan atau digunakan tanpa pertimbangan yang matang. Selain itu, Allah Swt. juga berfirman dalam QS. Al-Isra ayat 26–27 yang melarang perilaku boros (*tabdzir*), serta QS. Al-A'raf ayat 31 yang melarang sikap berlebih-lebihan (*israf*) dalam konsumsi. Prinsip-prinsip tersebut menegaskan bahwa seorang muslim harus memiliki pemahaman keuangan yang baik agar mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menggunakan hartanya secara bertanggung jawab.

4.2.3 Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap *Impulsive Buying*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengendalian diri memoderasi penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying*. Yang artinya pengendalian diri signifikan berpengaruh memoderasi antara dompet digital terhadap *impulsive buying*. Hal menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri yang dimiliki mahasiswa, maka semakin lemah pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku *impulsive buying*. Sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat pengendalian diri yang rendah cenderung lebih mudah terdorong melakukan pembelian secara spontan

ketika menggunakan dompet digital, terutama karena adanya kemudahan transaksi, promo, *cashback*, maupun berbagai penawaran menarik yang tersedia pada platform pembayaran digital.

Dalam konteks penggunaan dompet digital, kemudahan transaksi, promo, dan fitur pembayaran instan dapat menjadi stimulus yang mendorong pembelian spontan. Berdasarkan *Self-Control Theory*, individu dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi cenderung mampu mengendalikan dorongan tersebut dan mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan konsumsi. Sebaliknya, individu dengan pengendalian diri yang rendah lebih rentan melakukan pembelian impulsif ketika dihadapkan pada berbagai kemudahan dan insentif yang ditawarkan oleh dompet digital. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *impulsive buying* sering terjadi akibat kegagalan *self-regulation*, di mana individu tidak mampu mengendalikan dorongan konsumsi ketika menghadapi godaan pembelian (Baumeister & Vohs, 2004).

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahmawati & Andhaniwati, 2023) yang menunjukkan bahwa *self-control* mampu memperlemah pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap *impulsive buying*. Selain itu, penelitian (Sari & Asyari, 2024) juga membuktikan bahwa pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumsi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa meskipun teknologi pembayaran digital memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, individu yang memiliki pengendalian diri yang tinggi tetap mampu berpikir rasional dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian.

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang yang memiliki pengendalian diri yang baik cenderung tidak mudah terpengaruh oleh berbagai stimulus yang ditawarkan melalui dompet digital. Mereka lebih mampu mengendalikan keinginan sesaat, mempertimbangkan kondisi keuangan, dan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Dengan demikian, pengendalian diri menjadi faktor penting yang membantu mahasiswa menggunakan dompet digital secara lebih bijaksana sehingga tidak mudah terdorong melakukan pembelian yang bersifat spontan dan tidak terencana.

4.4.4 Pengendalian Diri Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan *impulsive buying* secara signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pengendalian diri memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* dapat diterima. Koefisien moderasi yang diperoleh menunjukkan bahwa pengendalian diri berperan dalam memengaruhi hubungan antara literasi keuangan dan *impulsive buying*. Dengan kata lain, tingkat pengendalian diri yang dimiliki individu dapat memengaruhi bagaimana pengetahuan keuangan diterapkan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi.

Berdasarkan *Self Control Theory*, individu dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumsi dan mengambil keputusan secara rasional. Oleh karena itu, secara teoritis pengendalian diri

diharapkan dapat mendukung penerapan literasi keuangan dalam mengelola perilaku konsumsi sehingga membantu mengurangi kecenderungan melakukan *impulsive buying*. Dalam konteks penelitian ini, pengendalian diri berperan dalam memengaruhi bagaimana literasi keuangan diterapkan dalam pengambilan keputusan konsumsi sehari-hari.

Meskipun demikian, hubungan antara literasi keuangan, pengendalian diri, dan *impulsive buying* juga dimungkinkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Pengendalian diri dalam memengaruhi perilaku konsumsi dapat bervariasi bergantung pada konteks dan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kematangan emosional, pengalaman individu, lingkungan sosial, kebiasaan berbelanja, serta paparan terhadap teknologi digital dan berbagai stimulus pemasaran (Hartono et al., 2025). Penelitian (Panjaitan et al., 2026) mengemukakan bahwa faktor perilaku dan perkembangan teknologi dapat memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan pengetahuan keuangan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Oleh karena itu, meskipun individu memiliki literasi keuangan yang baik, kecenderungan melakukan pembelian impulsif masih dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal maupun internal yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Ditinjau dari perspektif Islam, pengendalian diri merupakan salah satu akhlak yang sangat dianjurkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Islam mengajarkan umatnya untuk mampu menahan hawa nafsu dan tidak mengikuti keinginan secara berlebihan. Allah Swt. berfirman dalam QS. An-Nazi'at ayat 40–41 :

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ ۖ وَهَيَّ النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

“Dan adapun orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya, maka sungguh surgalah tempat tinggalnya.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa kemampuan menahan hawa nafsu dan mengendalikan diri merupakan sifat yang dianjurkan dalam Islam. Sejalan dengan hasil penelitian ini, individu yang memiliki literasi keuangan dan pengendalian diri yang baik akan lebih mampu mempertimbangkan kebutuhan secara rasional, menghindari pemborosan (*israf*), serta menggunakan harta secara bijaksana dan bertanggung jawab sehingga kecenderungan melakukan *impulsive buying* dapat diminimalkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet dan literasi keuangan terhadap *impulsive buying* dengan pengendalian diri sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang.

1. Penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang. Semakin tinggi penggunaan dompet digital, maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan melalui layanan dompet digital menjadi faktor yang mendorong terjadinya pembelian spontan.
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Jurusan Akuntansi di Kota Malang. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka melakukan pembelian impulsif. Literasi keuangan membantu mahasiswa dalam mempertimbangkan kebutuhan, mengelola pengeluaran, serta mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional.
3. Pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying*. Pengendalian diri berperan dalam mengurangi

pengaruh penggunaan dompet digital terhadap kecenderungan pembelian impulsif. Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumsi meskipun memperoleh kemudahan transaksi melalui dompet digital.

4. Pengendalian diri mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying*. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pengendalian diri yang dimiliki individu turut memengaruhi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif. Dengan demikian, pengendalian diri menjadi faktor yang berperan dalam penerapan literasi keuangan dalam pengambilan keputusan konsumsi.

5.2 Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan dan menerapkan pengendalian diri dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Meskipun dompet digital menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, penggunaannya perlu disertai dengan perencanaan keuangan yang baik agar tidak mendorong perilaku *impulsive buying*. Mahasiswa juga disarankan untuk menyusun anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta tidak mudah tergiur oleh promo, *cashback*, atau diskon yang ditawarkan oleh penyedia layanan dompet digital. Selain itu, penggunaan dompet digital hendaknya dilakukan secara bijaksana dengan

mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan finansial, serta perencanaan anggaran

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *impulsive buying*, seperti gaya hidup (*lifestyle*), pengaruh teman sebaya (*peer influence*), motivasi hedonis, promosi digital, atau *fear of missing out* (FOMO). Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada cakupan responden yang lebih luas dan menggunakan metode penelitian lain, seperti pendekatan kualitatif atau *mixed methods*, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini agar dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *impulsive buying*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemah

- Agustina, R. S., Mufti, A. M., Rahmawati, I., & Fahrani, I. (2024). Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 03(01), 52–60. <https://ejournal.stais.ac.id/index.php/j-ebi/index>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ali, M., Maulana, A., & Suaidah, Y. M. (2026). Effects of E-Wallets and Financial Literacy on Consumptive Behavior: Self-Control Moderation in Jombang Students. *Proceeding of International Conference Technology, Economics, and Social Sciencev*, 1(1), 243–251. <https://doi.org/ProceedingofInternationalConferenceTechnology,Economics,andSocialScience>
- Anindya, V. R., & Sulastiningsih, S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan Fintech Payment terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 2394–2404. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3725>
- Annisa, Neks Triani, & Bustang. (2025). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa USN Kolaka (Program Studi Akuntansi 2021-2024). *Dinamika Manajemen, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Di Era Digital*.
- Aryadipura, S., Margaliu, M. F., & Tanjung, M. (2025). How E-Wallet Usage Triggers Impulsive Buying In Online Live Shopping Platform: Evidence From Indonesia. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 19(2), 124–142. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2025.v19.i02.p02>

- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Ayuningtyas, M. F., & Irawan, A. (2021). The influence of financial literacy on bandung generation z consumers impulsive buying behavior with self-control as mediating variable. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155–171. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39012>
- Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do Consumers Perceive Impulsive Buying and Pain of Payment? E-Commerce Transactions Using Pay Later, E-Wallet, and Cash-On-Delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31–59. <https://doi.org/http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- Baumeister, R. F. ., & Vohs, K. D. . (2004). *Handbook of self-regulation : research, theory, and applications*. Guilford Press.
- Bermio, & Franzene, K. (2024). The Spending Habits of The Senior High School Students of St. Paul College of Ilocos Sur. *Journal Of Innovations In Basic Education: JIBE*, 1(1), 1–17.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The Theory Of Planned Behavior: Selected Recent Advances And Applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Cheng, X. (2017). *Applying the Theory of Planned Behavior to Influence Auditors' Applying the Theory of Planned Behavior to Influence Auditors' Knowledge-Sharing Behavior Knowledge-Sharing Behavior* [University of South Florida]. <https://digitalcommons.usf.edu/etd>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>

- Franzene, K., & Bermio. (2024). The Spending Habits of The Senior High School Students of St. Paul College of Ilocos Sur. *Journal Inovasi Dalam Pendidikan Dasa*, 1(1).
- Fristia, A., & Megawaty, A. D. (2025). Dampak Penggunaan E Wallet terhadap Perilaku Belanja Mahasiswa dalam Perspektif Kemudahan dan Pengeluaran Impulsif. *Journal of Economics and Accounting*, 6(2), 448–457. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v6i2.2772>
- Fuadi, F., Zulkarnain, Z., Boihaqi, B., & Ibrahim, M. S. R. (2024). Israf and Tabzir in Tafsir Al-Misbah: The Understanding of Pidie Jaya Community Leaders and Its Implications for Consumption in Aceh. *TAFSE: Journal of Qur'anic Studies*, 9(2), 189. <https://doi.org/10.22373/tafse.v9i2.28851>
- Fuji Faujiah, Edi Fitriana Afrza, & Astri Srigustini. (2025). Pengaruh Social Influence dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying Behavior pada Generasi Z dengan Financial Literacy sebagai Variabel Moderasi. *HATTA : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 3(1), 67–82. <https://doi.org/https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta>
- Hair Jr, J. F., Christian, M. R., Nicholas, P. D., G. Tomas, M. H., & Marko, S. R. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature Switzerland AG. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hartono, D., Sanjaya, V. F., & Nurhayati, N. (2025). The Role Of Self-Control As A Mediator Of The Relationship Between Financial Knowledge And Impulsive Buying Behavior Of Facebook Marketplace Users From An Islamic Perspective (A Study Of Generation Z In Bandar Lampung City). *International Journal Of Environmental, Sustainability and Sosial Science*, 6(6), 1519–1532. <https://databoks.katadata.co.id>
- Hilwana. A, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran

- Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 422–437. <https://doi.org/10.62710/k5em1b31>
- Ilieva, G., Yankova, T., Dzhabarova, Y., Ruseva, M., Angelov, D., & Klisarova-Belcheva, S. (2023). Customer Attitude toward Digital Wallet Services. *Systems*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/systems11040185>
- Intan Jaeni. (2026). *Pengaruh Fomo Dan Literasi Keuangan Terhadap Impulsive Buying Dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening: Bukti Empiris Generasi Z Di Kota Palopo*. Universitas Islam Negri Palopo.
- Ismia, F. K., Udzikrilah, S., & Pratiwi, P. D. (2024). Pengaruh Mental Accounting Dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Behaviour Dengan Dimediasi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Aktif Di Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 9(2), 118–130. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v9i2.30045>
- Jabar, M. A., & Delayco, M. L. C. (2021). Impulse Buying And Financial Literacy Among Public Elementary And High School Teachers In The Philippines. *DLSU Business and Economics Review*, 31(1), 42–54. <https://doi.org/10.59588/2243-786x.1096>
- Laurinda, C., Pangaribuan, C. H., & Thaib, D. (2024). Unraveling The Factors Influencing Impulsive Buying Behavior Among Gen Z Using Shopee Paylater: A Quantitative Anaylsis Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0). *Asian Journal of Social and Humanities*, 2, 2963–4946. <https://ajosh.org/>
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Mahardisatya, A. W., Nuraeni, S., Listiani, D., Ningtias, D. R., Septianingrum, T., & Ainussyarifah, N. (2024). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Penggunaan E-wallet terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa UNNES. *Jurnal Potensial*, 3(2), 203–215. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Ma'rufah, A., Artanti, D. K., Deswita, W. A., & Mahfud, Y. (2025). The Influence of Financial Literacy, E-Money Use, and Self-Control, on Consumptive Behavior in

- Generation Z. *SHS Web of Conferences*, 217, 01004.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/202521701004>
- Mpaata, E., Koske, N., & Saina, E. (2023). Does self-control moderate financial literacy and savings behavior relationship? A case of micro and small enterprise owners. *Current Psychology*, 42(12), 10063–10076.
<https://doi.org/10.1007/s12144-021-02176-7>
- Mufassiro, A., Zaki, A., Mustaqim, M., & Putrihadiningrum, D. C. (2025). The Effect of Financial Technology and Self-Control on Impulsive Buying. *SIMAK : Jurnal Sistem Informasi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 23(01), 121–137.
<https://doi.org/10.35129/simak.v23i01.623>
- Munawaroh, W., & Abidin, F. I. N. (2024). *Comparative Analysis of E-commerce, E-wallet and Friend's Environment on Consumptive Behavior (Study of Accounting Students and Management Students)*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ups.5359>
- Mustikasari, A., & Septina, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, Dan Pengendalian Diri Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 8(2), 48–54. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.20179>
- Octaviani, S. H., & Yuniningsih, Y. (2024). The Role Of Self-Cntrol In Moderating The Influence Of Financial Literacy, Shopping Lifestyle, and Influencer On Impulsive Buying Among Generation Z In Surabaya City. *International Journal of Education and Social Science Research*, 7(5), 292–304.
<https://doi.org/10.37500/ijessr.2024.7520>
- Oktaviana, Y., & Irawan, A. (2024). Effect of Financial Literacy on Impulsive Buying Behavior Towards Online Food Delivery of Generation Z and Millennials in Indonesia with Media as A Moderating Variable. *Journal Integration of Management Studies*, 2(1), 129–139. <https://doi.org/10.58229/jims.v2i1.179>
- Panjaitan, P., Azazi, A., Fitriana, A., Ristyawan, M. R., & Syahputri, A. (2026). Financial Literacy as a Moderator of the Effects of Fintech Payment, Income, and

- Hedonic Lifestyle on Impulse Buying among Generation Z. *Journal of Educational Management Research*, 5(2), 2601–2616.
<https://doi.org/10.61987/jemr.v5i2.2014>
- Rahmawati, D., & Andhaniwati, E. (2023). Peran Self-Control Dalam Memoderasi Hubungan Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pengguna E-Wallet. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2750–2763. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4681>
- Ramadhan, F. I., & Yusnaini. (2025). Cashless Society and Impulsive Buying: A Behavioral Accounting Perspective. *Akuntabilitas*, 19(1), 1–16.
- Ramadhan, G. R., Aryanda, H. Y., Retnoningsih, I., Azizah, I. N., Anggelina, M. C., & Suhatmi, E. C. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Behavior Finance, Dan Income Terhadap Keputusan Berinvestasi. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 844–848.
- Ramadhani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP : Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 8(1).
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Research*, 22, 305–313.
- Roy F. Baumeister. (2018). *Self-Regulation and Self-Control*. Out of House Publishing.
- Salma, S. N., & Permatasari, D. (2025a). Finance Investigating E-Wallet Adoption Among Gen Z Students: Determinants of Behavioral Intention and Actual Use. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 7(1), 2025.
- Salma, S. N., & Permatasari, D. (2025b). Investigating E-Wallet Adoption Among Gen Z Students: Determinants of Behavioral Intention and Actual Use. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 7(1), 193–205.
- Sari, W. G., & Asyari. (2024). The Influence Of E-Wallet Usage And Lifestyle On Muslim Consumption Behaviour With Self-Control As A Moderating Variable. *COSTING: SJournal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 5501–5513.

- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (C. Mitak, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Penerbit Andi.
- Silvia Dwi Lestari, & Nuraeni. (2025). Shopee Paylater And The Phenomenon Of Impulsive Shopping: The Role Of Lifestyle, Financial Literacy And Ease Of Access In Consumer Decision Making Shopee Paylater Dan Fenomena Belanja Impulsif: Peran Gaya Hidup, Literasi Keuangan Dan Kemudahan Akses Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen. *COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting*, (3), 5215–5233.
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
- Sugiyono. (2013). *Metode Peneltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop, Lngkungan Teman Sebaya dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosal*, 2(1), 61–75. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1>
- Suryati, & Safitri, R. (2025). The Effect of Digital Wallet or E-Wallet Use and Sharia Financial Literacy on Impulsive Buying Among Gen Z in Malang City. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 5(6), 575–583. <https://doi.org/10.55927/mudima.v5i6.339>
- Susilowati, N., Febriana, N. H., Wiguna, I., Utami, G. P., & Mulyani, H. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 11(2), 105–114. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>
- Usman, B., Rianto, H., & Aujirapongpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation.

International Journal of Information Management Data Insights, 5(1).
<https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100319>

Wahyuandari, W., Isro'iyah, L., & Damayanti, P. R. (2024). How Financial Literacy And Lifestyle Shape Impulsive Buying Habits In E-Commerce. *Journal Of Accounting and Tax*, 3(2), 123–133.

Yuniarti, Y., Imastary Tan, M., Perdana Siregar, A., Ikhsan Syukri Amri, A., & Jurusan Manajemen, D. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01), 153–159.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama : Ramadhinta Novianti
Tempat, Tanggal Lahir : Samarinda, 04 November 2003
Alamat : Ds. Ploosarang, Kec. Sanankulon, Kab. Blitar
Telepon/Hp : 082142951261
E-Mail : ramaadhintaaaa@gmail.com

Pendidikan Formal

2010-2016 : SDN 1 Rembang Kota Blitar
2016-2019 : SMPN 05 Kota Blitar
2019-2020 : MAN 1 Blitar
2022-2026 : Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Pendidikan Non Formal :

2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang
2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang
2026 : Brevet A dan B
2026 : Certified Fundamental Tax Reporting

Pengalaman Organisasi :

- Anggota Teknisi Laboratorium Statistika Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2024 – 2025

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*), LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI (STUDI KASUS KOTA MALANG)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Mahasiswa Universitas :
Angkatan :
Telepon/ Hp :
Menggunakan Aplikasi E-Wallet (Gopay, Shopeepay, Ovo, Dll) : Ya/ Tidak
Telah / Sedang Menempuh Mata Kuliah Manajemen Keuangan : Ya/ Tidak

PETUNJUK PENGISIAN

Pada kuesioner ini terdapat beberapa item pertanyaan, silahkan dibaca dan dipahami dengan baik, kemudian peneliti meminta bantuan kepada anda untuk mengisi pertanyaan - pertanyaan tersebut dengan cara memberi tanda ($\checkmark$) pada pilihan jawaban yang diberikan.

Keterangan :

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

1. Dompot Digital/ *E-Wallet*

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering menggunakan dompet digital untuk transaksi pembayaran.					
2.	Saya menggunakan dompet digital setiap kali melakukan transaksi.					
3.	Saya menggunakan dompet digital saya 3-5 kali seminggu					

4	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh dompet digital tersebut.					
5.	Saya berbagi kepuasan saya dalam menggunakan dompet digital dengan orang lain.					

2. Literasi Keuangan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membandingkan biaya atau biaya transaksi antar layanan digital payment sebelum menggunakannya.					
2.	Saya memahami cara melakukan transaksi menggunakan digital payment.					
3.	Saya membuat perencanaan anggaran keuangan bulanan.					
4.	Saya mengelola pemasukan dan pengeluaran saya secara teratur.					
5.	Saya memahami manfaat penggunaan digital payment.					
6.	Saya mempertimbangkan risiko sebelum menggunakan digital payment.					
7.	Mengetahui bahwa pembelian kredit merupakan utang yang harus dibayar di masa depan.					
8.	Memiliki tabungan atau dana darurat untuk kebutuhan mendesak.					

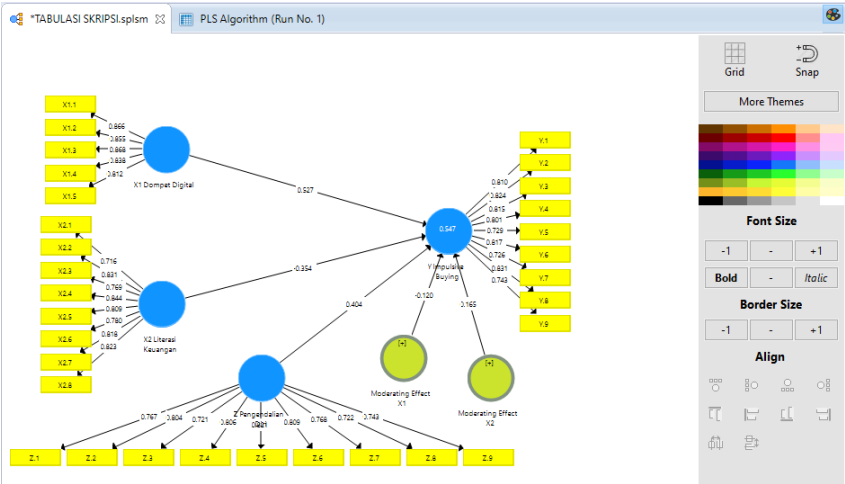
3. Impulsive Buying

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya.					
2.	Ketika melihat produk yang menarik, saya cenderung segera membelinya.					
3.	Saya terkadang memiliki keinginan untuk membeli sesuatu secara tiba-tiba.					
4.	Saya sering membeli suatu produk tanpa mempertimbangkannya secara mendalam terlebih dahulu.					
5.	Saya cenderung membeli suatu produk terlebih dahulu dan memikirkan konsekuensinya kemudian.					
6.	Sebagian besar pembelian yang saya lakukan direncanakan dengan cermat terlebih dahulu.					
7.	Saya cenderung langsung melakukan pembelian ketika muncul keinginan untuk membeli.					
8.	Keputusan pembelian saya sering dipengaruhi oleh perasaan yang saya rasakan saat itu.					
9.	Saya terkadang kurang berhati-hati dalam menentukan produk yang saya beli.					

4. Pengendalian Diri

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengalami kesulitan untuk menghentikan kebiasaan buruk yang saya miliki.					
2.	Saya mudah teralihkan oleh hal-hal lain ketika sedang melakukan sesuatu.					
3.	Saya mampu menahan godaan yang dapat mengganggu tujuan saya.					
4.	Saya sering melakukan sesuatu yang menyenangkan saat ini tetapi kemudian menyesalinya.					
5.	Saya sering bertindak tanpa mempertimbangkan berbagai alternatif yang ada terlebih dahulu.					
6.	Saya lebih berfokus pada kepentingan jangka pendek daripada jangka panjang.					
7.	Saya percaya bahwa masa depan akan berjalan dengan sendirinya tanpa perlu banyak perencanaan.					
8.	Saya lebih memikirkan kebutuhan hari ini daripada kebutuhan di masa depan					
9.	Kenyamanan saya saat ini menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan.					

Lampiran 3 Hasil Output SMART-PLS



Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Moderating Eff...	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Eff...	1.000	1.000	1.000	1.000
X1 Dompot Dig...	0.902	0.904	0.927	0.719
X2 Literasi Keu...	0.921	0.951	0.934	0.640
Y Impulsive Bu...	0.924	0.926	0.937	0.623
Z Pengendalia...	0.916	0.925	0.931	0.599

Outer Loadings

Matrix	Copy to Clipboard:
	Moderating Eff... Moderating Eff... X1 Dompot Di... X2 Literasi Keu... Y Impulsive Bu... Z Pengendalia...
X1 Dompot Dig...	1.041
X1.1	0.866
X1.2	0.855
X1.3	0.868
X1.4	0.838
X1.5	0.812
X2 Literasi Keu...	1.019
X2.1	0.716
X2.2	0.831
X2.3	0.769
X2.4	0.844

Outer Loadings

Matrix	Copy to Clipboard:					
	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...
X2.3				0.769		
X2.4				0.844		
X2.5				0.809		
X2.6				0.780		
X2.7				0.818		
X2.8				0.823		
Y.1					0.810	
Y.2					0.824	
Y.3					0.815	
Y.4					0.801	
Y.5					0.729	

Outer Loadings

Matrix	Copy to Clipboard:					
	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...
Y.8					0.831	
Y.9					0.743	
Z.1						0.767
Z.2						0.804
Z.3						0.721
Z.4						0.806
Z.5						0.821
Z.6						0.809
Z.7						0.768
Z.8						0.722
Z.9						0.743

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heterotrait-Monotrait R...	Copy to Clipboard:			Excel Format
	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...	
X1 Dompel Dig...	1.000	0.012	-0.109	0.060	-0.241	-0.095	
X1.1	-0.042	0.066	0.866	0.150	0.372	-0.109	
X1.2	-0.090	0.046	0.855	0.221	0.338	-0.118	
X1.3	-0.095	0.028	0.868	0.102	0.408	-0.094	
X1.4	-0.125	0.108	0.838	0.156	0.389	-0.060	
X1.5	-0.108	0.015	0.812	0.063	0.388	-0.098	
X2 Literasi Keu...	0.012	1.000	0.062	0.056	0.162	-0.044	
X2.1	-0.024	0.135	0.168	0.716	-0.093	0.092	
X2.2	0.065	0.050	0.192	0.831	-0.238	-0.001	
X2.3	-0.034	0.129	0.162	0.769	-0.157	-0.078	
X2.4	0.024	0.008	0.054	0.844	-0.338	-0.067	

Discriminant Validity

	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...
X2.5	0.062	0.025	0.148	0.809	-0.269	-0.127
X2.6	0.087	0.050	0.106	0.780	-0.191	-0.054
X2.7	0.128	0.054	0.120	0.818	-0.231	-0.020
X2.8	0.024	0.008	0.147	0.823	-0.193	-0.028
Y.1	-0.157	0.059	0.303	-0.260	0.810	0.350
Y.2	-0.199	0.177	0.292	-0.278	0.824	0.263
Y.3	-0.191	0.096	0.341	-0.216	0.815	0.336
Y.4	-0.127	0.145	0.298	-0.333	0.801	0.305
Y.5	-0.164	0.108	0.358	-0.202	0.729	0.238
Y.6	-0.210	0.098	0.412	-0.271	0.817	0.289
Y.7	-0.280	0.135	0.522	-0.101	0.726	0.215

Discriminant Validity

	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...
Y.8	-0.175	0.114	0.321	-0.264	0.831	0.350
Y.9	-0.205	0.242	0.327	-0.128	0.743	0.273
Z.1	-0.079	-0.022	-0.171	0.001	0.245	0.767
Z.2	-0.090	0.007	-0.026	-0.075	0.362	0.804
Z.3	-0.160	-0.072	0.058	0.109	0.229	0.721
Z.4	-0.034	-0.064	-0.122	-0.044	0.276	0.806
Z.5	-0.017	-0.020	-0.148	-0.186	0.322	0.821
Z.6	-0.050	0.025	-0.202	-0.099	0.318	0.809
Z.7	-0.053	-0.041	-0.136	-0.078	0.244	0.768
Z.8	-0.044	-0.055	-0.172	-0.086	0.242	0.722
Z.9	-0.151	-0.092	0.128	0.106	0.291	0.743

Discriminant Validity

	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...
Moderating Eff...						
Moderating Eff...	0.012					
X1 Dompel Dig...	0.114	0.065				
X2 Literasi Keu...	0.073	0.075	0.191			
Y Impulsive Bu...	0.250	0.172	0.488	0.287		
Z Pengendalia...	0.102	0.060	0.188	0.143	0.394	

Discriminant Validity

	Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heterotrait-Monotrait R...	Copy to Clipboard:	Excel Format
	Moderating Eff...	Moderating Eff...	X1 Dompel Di...	X2 Literasi Keu...	Y Impulsive Bu...	Z Pengendalia...
Moderating Eff...						
Moderating Eff...	0.012					
X1 Dompel Dig...	0.114	0.065				
X2 Literasi Keu...	0.073	0.075	0.191			
Y Impulsive Bu...	0.250	0.172	0.488	0.287		
Z Pengendalia...	0.102	0.060	0.188	0.143	0.394	

R Square

	Matrix	R Square	R Square Adjusted
		R Square	R Square Adjus...
Y Impulsive Bu...		0.547	0.534

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples		
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Moderating Eff...	-0.120	-0.119	0.052	2.308	0.021
Moderating Eff...	0.165	0.166	0.054	3.061	0.002
X1 Dompel Dig...	0.527	0.528	0.049	10.700	0.000
X2 Literasi Keu...	-0.354	-0.360	0.055	6.422	0.000
Z Pengendalia...	0.404	0.410	0.050	8.036	0.000

Lampiran 4 Tabulasi Kuisisioner

TABULASI DATA

X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Z	Z	Z	Z	Z	Z	Z	Z	Z		
1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.		
4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4		
4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	5	5	5	5	5	4	2	2	2	4	4	2	4	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4	2	3	4	4	2	3	2	4	4	3	2	2	2	2	4	
4	5	4	5	3	5	4	2	1	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	
5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	2	3	5	2	2	2	2	1	4
4	5	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	1	1	3	2	2	3	4	1	3	3	2	4	4	3	2	2	1	1	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	3	
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	2	2	4	3	2	4	4	2	3	2	3	4	2	2	2	3	2	4		
5	4	2	5	4	4	5	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	1	2	4		
4	5	5	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	
5	5	3	5	3	5	5	2	2	5	2	5	2	1	1	5	1	1	5	5	1	1	1	1	5	4	2	4	1	1	5		
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	1	2	1	2	2	2	5	1	1	3	2	5	5	5	1	3	1	4		
5	4	4	3	4	2	3	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	5		
5	4	3	5	4	1	5	1	2	5	5	5	3	5	4	3	1	1	1	4	2	3	2	2	4	3	1	1	2	2	5		
5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	2	4		
5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	1	5	3	5	5	1	2	4	5	3	2	1	1	5		
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	1	1	1	5	5	5	3	3	4	1	3	1	3	3	3		
3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	3	5	5	2	1	3	1	5	4	5	1	3	3	3	5	3	3	3	2	1	5		
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	3	2	2	4	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4		
4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	1	2	5	3	2	2	5	4	5		
5	5	5	5	3	1	5	4	3	5	5	5	3	1	1	1	1	5	1	5	1	1	2	2	4	1	1	1	3	1	3		
5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5	1	2	1	1	4		
4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	2	4		

1	2	3	5	4	2	3	4	3	2	4	5	5	2	4	2	3	2	3	2	4	2	1	5	2	2	2	3	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	3
5	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	2	2	2	2	4	3	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	2	1	1	1	5	1	4	1	2	2	2	4	1	1	1	2	1	5
4	5	4	4	3	5	3	5	5	4	4	5	5	2	1	3	2	1	1	5	2	1	2	1	3	1	2	1	2	3	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	4
5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	2	2	2	5	2	5	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	5
5	4	2	4	2	2	5	4	4	5	3	5	5	2	4	5	2	3	5	3	2	3	3	2	5	3	3	2	3	2	5
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	3	2	5	4	3	2	3
4	5	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	5	3	3	4	5
5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	3	3	4	3	2	3	1	4	4	3	5	3	4	3	3	1	3	4
4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	2	2	5	3	5	3	2	3	4	3	2	1	2	2	4
4	5	4	3	2	5	4	1	1	4	4	5	2	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	2	5	2	3	2	2	2
4	5	4	4	4	5	5	2	4	4	3	5	4	4	2	4	2	2	4	3	3	2	4	4	3	5	3	2	2	2	4
2	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4
4	5	2	4	2	4	4	2	4	3	3	5	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2	3	2	4
3	3	2	2	2	1	2	3	1	4	3	3	2	1	3	1	2	1	1	2	2	1	1	4	1	2	3	1	2	4	2
3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4
3	3	2	4	3	2	3	4	2	2	2	4	5	3	2	1	3	1	4	3	2	2	5	3	3	5	4	3	5	4	4
4	5	3	5	5	2	3	3	3	4	5	4	5	1	4	1	2	3	5	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1
1	1	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2	5	4	4	3	3	5	3	4	4	4	5	5	4
1	1	1	1	1	3	4	4	4	5	4	4	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1
3	1	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	1	1	3	1	4	3
5	3	4	5	4	3	2	3	4	4	1	3	3	2	3	1	3	3	4	3	3	3	2	1	2	1	2	1	3	3	3
5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	3	5	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1
3	2	3	4	2	2	3	2	1	4	2	1	3	4	4	2	1	4	4	3	3	2	5	4	3	3	2	4	3	2	2
1	1	4	3	2	3	4	3	3	5	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	5	4	2	3	5	3	2	3	3
2	2	3	2	3	4	1	2	1	2	4	2	1	5	5	3	5	4	5	3	4	3	1	4	2	3	3	3	2	1	3
1	1	3	2	2	4	1	1	1	2	1	2	3	4	4	5	2	1	3	5	5	3	5	3	3	3	3	3	5	4	3
1	1	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	4	2	3	4	5	3	4	4	4	3	3	3	5	4
2	1	1	2	1	4	5	3	5	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
3	3	2	3	5	4	3	3	4	5	2	4	5	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	2	2	4	3	3	3	4	2	4	5	3	3	4	5	4	3	5	5	3	4	5	3	5	3	4	5	4	5	5	5
2	1	2	1	3	3	5	4	5	5	5	5	5	1	2	1	1	1	1	2	3	3	1	1	2	2	1	1	2	2	1

3	3	2	4	4	3	2	1	3	3	1	3	3	3	4	2	3	4	4	5	4	2	4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	3	2	2	5	3	1	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	2	4	2	3	1	2	4	2	1
3	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	1	3	1	1	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	1	3	4
3	4	5	2	3	5	3	4	3	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5
3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	1	3	2	2	2	3	1	3	4	3	3	3	3	4	3	5	3
5	4	3	4	2	3	2	3	2	1	2	4	2	5	4	3	2	3	2	3	4	1	3	5	4	4	4	3	3	5	5
2	1	2	2	1	2	2	3	2	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1
5	5	5	5	4	3	2	3	4	4	1	1	5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	2	1	1	2	1	1	1	3	1
1	2	1	1	2	3	3	3	4	4	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
3	1	1	1	2	2	5	4	4	5	4	5	5	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1
2	2	2	3	5	4	4	3	1	2	5	4	4	3	2	2	5	2	3	2	4	4	5	1	2	4	3	4	3	2	3
3	2	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	1	1	4	1	2	3	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2
1	1	3	2	3	1	2	1	1	2	1	3	1	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	4
2	2	2	3	3	5	4	3	4	3	5	4	3	1	2	1	1	2	1	2	1	2	3	3	2	1	3	3	3	2	3
2	3	3	4	3	1	1	3	1	2	3	4	3	5	4	4	4	4	5	3	3	2	4	3	3	2	2	1	2	1	2
5	2	4	5	3	2	3	1	3	1	3	3	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4
5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1
5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	1	2	1	1	2	1	2	1	2
4	5	3	3	5	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2	1	3	5	3	3	3	1	3	2	1	3	1	2	2	4
1	3	3	4	3	3	2	4	2	1	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	2	4
5	4	4	5	4	3	3	2	1	2	3	5	2	3	5	5	4	3	5	3	5	3	4	5	3	2	4	1	4	4	4
5	5	5	5	5	1	1	2	1	1	1	2	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	3	3	3	3	5	4	3
4	2	3	4	4	2	3	4	2	2	2	1	1	2	4	3	3	3	5	2	3	3	1	3	2	1	3	1	2	2	2
4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	4	2	2	2	2	4	4	3	2	3
4	3	3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3
5	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	3
5	5	5	4	5	3	2	3	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	2	3	2	1	3
4	4	4	5	4	2	1	3	3	2	2	1	1	5	4	2	5	4	4	3	3	3	1	3	3	2	2	2	3	2	3
5	2	4	5	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	1	1	5	5	5	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	1	2	2	1	2	1	2	2	4	3	3	3	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5
2	3	3	2	4	2	1	2	1	1	1	1	1	5	2	4	5	4	3	3	4	4	1	3	3	3	4	2	2	2	3
2	2	3	1	3	3	5	4	5	5	5	5	5	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2	1	2	3	4	1	3	3	1
3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	1	3
3	2	3	3	2	4	5	2	2	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	3	4	3	5	5	4	5	3	3	4	4	5

4	2	4	5	5	2	1	2	4	3	2	3	2	1	3	2	4	2	3	3	4	3	1	3	1	1	2	2	2	1	1
3	4	4	2	4	3	2	4	2	4	2	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	1	3	1	1
1	1	1	1	1	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	2	3	4	2	2	5	5	5	5	4	3	5	5	4
2	2	2	3	2	5	5	5	4	3	4	5	4	4	2	3	3	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
1	1	1	1	1	3	2	2	3	2	3	4	5	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	2	3	3	2	4	1	3
5	4	4	4	5	3	3	5	2	1	3	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	2	3	3	2	4	2	3
5	4	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	2	2	4	2	2	3	3	3	2	5	3	5	4	2	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	3	2	3	3	2	4	2	3	4	3	1	3	3	4	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	2	5	3	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	3	2	5	2	1	2	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	3	3
3	1	3	4	3	5	5	4	3	2	5	5	4	4	4	2	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	5
5	4	4	5	5	2	2	4	2	1	2	2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	2	3	1	1	3	3	2	3	1
2	3	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	1
1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	2	4	1	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3
5	5	4	5	5	2	1	2	2	1	1	1	1	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5	4
5	4	4	4	4	2	1	2	2	2	3	1	1	5	4	3	4	4	4	5	4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3	4	4	5	4	4	4
5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	2	1	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	5	3
4	1	3	1	2	3	1	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	4	5	3	3	3	4	3	2	2
2	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	4	3	3	4	4	3	2
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	3	4	5	5	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4
4	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	4	4	4	2	4	3
3	4	4	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	3	2	2	1	1
4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	1	2	1	2	2	1	2	2	2
2	3	1	2	3	2	3	2	4	1	2	4	3	4	2	3	2	2	2	3	4	3	5	4	3	4	4	5	4	3	4
3	3	3	3	4	2	5	4	3	2	3	3	3	4	4	5	2	5	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2
3	4	3	2	4	5	4	5	5	5	3	4	5	2	2	4	1	2	1	3	2	3	3	4	4	5	2	5	3	1	4
5	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	3	1	3	4	3	4	3	4	4	4	4	1	2	2	1	1	3	1	2	2
1	3	1	1	2	4	4	5	4	3	5	4	4	2	1	2	2	2	1	2	1	3	3	4	5	3	4	2	1	2	3
1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	3	3	5	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3
5	1	3	3	3	3	2	3	2	5	5	2	1	3	3	2	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	1
2	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	5	4	4	2	3	2	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	5	3	5	3	4	4	3	5
3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	4	4	3	2	3	3	5	2	3	5	4	3	5	4	5	4	5
3	2	2	1	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
2	2	3	1	5	1	1	1	1	2	1	1	2	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5

3	3	4	5	4	4	3	3	2	4	5	5	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2
4	4	3	5	2	2	3	3	2	5	2	4	1	2	3	2	4	1	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	4	2
2	1	2	1	3	3	2	3	4	4	1	2	2	3	4	1	5	4	2	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	1	3	2	3	2	2	3	2	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5
3	3	3	5	5	5	3	4	3	2	5	5	5	3	4	2	2	1	3	4	3	1	1	5	2	1	2	1	1	1	2
4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	3	2
5	3	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	4	5	4	4	4	2	5	5	5	4	3	5	3	3	4	2	3	4	4

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan Skripsi

6/19/26, 3:16 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



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 : 220502110120
Nama : Ramadhinta Novianti
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA., CAP.
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (*E-WALLET*), LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI (STUDI KASUS KOTA MALANG)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	25 November 2025	Bimbingan Judul Skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	12 Februari 2026	Konsultasi Judul Baru	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	12 Maret 2026	Konsultasi Bab 1	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	1 April 2026	Konsultasi Bab 2 dan 3	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	2 April 2026	Konsultasi Bab 1,2,3	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	8 Juni 2026	Bimbingan Revisi Seminar Proposal	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	9 Juni 2026	Revisi penentuan Jumlah Sampel	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	16 Juni 2026	Revisi Bab 4 & 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 16 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA., CAP.

Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi

6/19/26, 6:39 PM

Print 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 dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP : 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Ramadhinta Novianti
NIM : 220502110120
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (E-WALLET), LITERASI KEUANGAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN PENGENDALIAN DIRI SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI (STUDI KASUS KOTA MALANG)**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
15%	7%	5%	14%

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

Malang, 19 Juni 2026

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd