

## Layanan Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif: Dimoderasi oleh Mental Akuntansi

Hansen Hein Rumtutuly<sup>1\*</sup>, Simon Hendrik Leasa<sup>2</sup>, Nur Azda<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Department of Management, Faculty of Economics and Business, Pattimura University, Indonesia

E-mail: hansen.rumtutuly@lecturer.unpatti.ac.id<sup>1</sup>, simon.leasa@lecturer.unpatti.ac.id<sup>2</sup>,  
nur.azda@lecturer.unpatti.ac.id<sup>3</sup>

### Article History:

Received: 02 September 2025

Revised: 04 September 2025

Accepted: 19 Oktober 2025

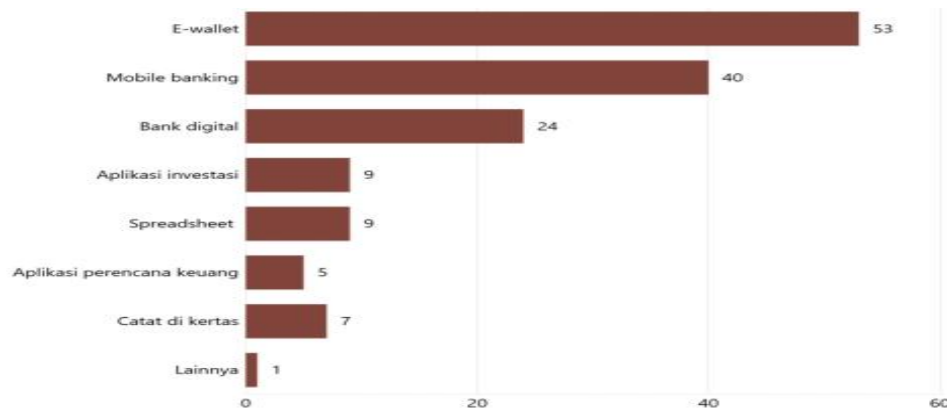
**Keywords:** Layanan Dompot Digital, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Mental Akuntansi

**Abstract:** Kemajuan teknologi yang semakin berkembang membuat mahasiswa semakin mudah untuk melakukan transaksi, tapi juga mendorong peningkatan perilaku konsumtif karena promo dan kemudahan akses. Mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif disebabkan oleh mudahnya akses transaksi digital, promosi dan promo yang ditawarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pengaruh layanan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan mental akuntansi sebagai variabel moderasi. Adapun metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital, dan analisis data dilakukan dengan PLS-SEM. Hasil dari penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa layanan dompet digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan memberikan pengaruh negatif signifikan. Sedangkan mental akuntansi ternyata mampu memperkuat pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif dan memperlemah pengaruh literasi keuangan. Hasil penelitian ini mempertegas akan perlunya faktor psikologis untuk dapat memahami perilaku konsumtif mahasiswa pada era yang serba digital.

### PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi juga memainkan perannya yang cukup besar terhadap terjadinya pergeseran perubahan pola konsumtif masyarakat. Hal ini membawa pengaruh yang cukup signifikan pada kehidupan masyarakat sehari-hari, khususnya dalam kaitannya dengan kegiatan transaksi pembayaran serta kegiatan berbelanja secara daring. Kehadiran teknologi berperan dalam memudahkan konsumen untuk mendapatkan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan. Salah satu teknologi di sektor finansial yang marak dimanfaatkan saat ini adalah layanan dompet digital. Seperti yang terlihat pada Gambar 1.1. dimana sebagian besar anak mudah di Indonesia menggunakan layanan dompet digital sebagai alat transaksi keuangan. Layanan dompet digital merupakan sebuah teknologi terbaru yang bukan hanya menawarkan

kenyamanan dan kemudahan pada saat melakukan transaksi, namun turut mempengaruhi perilaku konsumtif para konsumennya (Ginjar *et al.*, 2024). Berbagai fasilitas yang diberikan oleh layanan dompet digital, misalnya saja pembayaran non-tunai dan kecepatan dalam bertransaksi, merupakan alasan yang mendasari penerimaan layanan dompet digital oleh mahasiswa. Namun, ketergantungan terhadap kemudahan ini juga bisa menimbulkan peluang terjadinya tindakan yang konsumtif tanpa perencanaan (Arifin & Adisaputra 2023).



Sumber: databoks 2025

**Gambar 1. Layanan dompet digital, Aplikasi Kelola Keuangan Terbanyak Yang di Gunakan Anak Muda RI**

Pada kondisi dinamika kehidupan mahasiswa yang serba instan, kemudahan yang ditawarkan dalam melakukan transaksi ini bisa meningkatkan terjadinya perilaku berbelanja secara impulsif tanpa adanya pertimbangan dan perencanaan terlebih dahulu. Penelitian Abidzar *et al.*, (2023) dan Sinaga *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa penggunaan layanan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa makin tinggi intensitas penggunaan dompet digital, maka makin besar kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian konsumtif. Hal ini terjadi karena kemudahan akses, kepraktisan, dan berbagai keuntungan yang ditawarkan oleh layanan dompet digital, seperti transaksi yang cepat, promo dan diskon yang menarik, hingga sistem pembayaran yang lebih fleksibel. Faktor-faktor ini secara tak langsung turut mempengaruhi mahasiswa untuk lebih sering bertransaksi, bahkan untuk barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu menjadi kebutuhan mendesak. Layanan dompet digital tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, namun juga dapat mempengaruhi pola perilaku keuangan mahasiswa. Tingginya aksesibilitas dan inovasi fitur yang ditawarkan seringkali menimbulkan rasa nyaman dan mendorong perilaku belanja impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa dompet digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, dimana semakin tinggi penggunaan layanan dompet digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa bukan hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti teknologi, tapi juga dipengaruhi literasi keuangan. Literasi keuangan adalah suatu kecakapan individu untuk memahami, mengelola, dan membuat keputusan mengenai penggunaan uang. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan baik akan lebih dapat mengendalikan pengeluaran, membuat anggaran, dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Penelitian Abidzar *et al.*, (2023) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh

negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Hal ini berarti bahwa jika semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa tentang pengelolaan keuangan, akan menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif. Literasi keuangan yang baik dapat membuat mahasiswa mampu memprioritaskan kebutuhannya, dapat membandingkan mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang menjadi keinginan, dan dapat melakukan pengelolaan sumber daya keuangan dengan lebih baik dan bijak. Melalui pemahaman ini, mahasiswa menjadi tidak mudah dipengaruhi rayuan untuk melakukan konsumsi berlebihan, baik karena faktor promosi, trend, maupun tekanan social yang berasal pada lingkungan sekitar. Selain itu, literasi keuangan juga berperan dalam membentuk pola konsumsi yang sehat dan terkendali, di mana mahasiswa cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan terkait pengeluaran. Pengetahuan mengenai perencanaan anggaran, tabungan, investasi, dan risiko penggunaan layanan keuangan modern akan mendorong mahasiswa untuk lebih berhati-hati dalam mengelola pengeluaran. Dengan demikian, literasi keuangan bukan hanya sekedar keterampilan, tetapi juga menjadi faktor penting dalam membangun kesadaran finansial yang dapat mengurangi perilaku konsumtif.

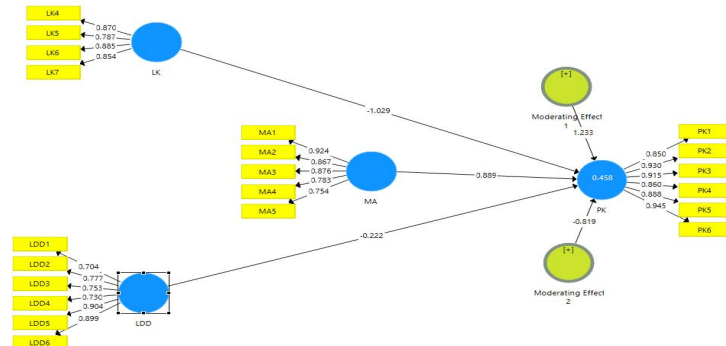
Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung dapat mengendalikan dorongan konsumtif dan mengarahkan pola pengeluarannya ke arah yang lebih produktif. Hal ini menjadi bukti bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama di era digital dengan akses layanan keuangan yang semakin mudah. Terdapat faktor psikologis yang juga berperan penting, yaitu mental akuntansi. Konsep ini diperkenalkan oleh Thaler (1999) yang menjelaskan bahwa individu cenderung mengkategorikan uang ke dalam akun mental tertentu, misalnya uang tunai dianggap lebih berharga daripada saldo digital. mental akuntansi menjelaskan bahwa individu cenderung mengkategorikan uang ke dalam “rekening mental” yang berbeda, meskipun nilai nominalnya sama. Sebagai contoh, uang tunai seringkali dianggap lebih berharga dibandingkan saldo digital, sehingga pembelanjaan melalui layanan dompet digital terasa lebih ringan dan mudah dilakukan. Kondisi ini membuat mental akuntansi dapat berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara layanan dompet digital, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Permasalahan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Abidzar *et al.*, (2023) layanan dompet digital dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Kota Surakarta, yaitu sebesar 16,1%. Sedangkan 83,9% dipengaruhi oleh variabel lain dari penelitian yang dilakukan. Hal tersebut dapat disebabkan oleh mahasiswa dalam bertransaksi dengan menggunakan layanan dompet digital tidak serta merta digunakan sebagai sarana untuk berperilaku konsumtif dan sebaliknya mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi masih berpotensi untuk melakukan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini akan membahas mengenai: (1) pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif; (2) pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, (3) pengaruh layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif: dimoderasi oleh mental akuntansi, (4) pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif: dimoderasi oleh mental akuntansi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan merupakan penelitian korelasional yang bertujuan untuk mencari ada tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Metode penelitian ini, merupakan metode yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Dengan menggunakan SEM-PLS untuk menguji hipotesis.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa pengguna dompet digital yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Pattimura. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang menggunakan layanan dompet digital untuk berbelanja dan menggunakan promo yang ditawarkan pada layanan dompet digital. Berdasarkan kriteria tersebut, maka sampel yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 218 orang responden.



**Gambar 2. Kerangka Penelitian**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Berdasarkan hasil olah data penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka diperoleh data penelitian sebagai berikut:

**Tabel. 1 Hasil Uji Hipotesis**

| Variabel               | Item Pengukuran           | Path Coefficients | P Values | 97.5% degree of confidence Path Coefficients |        | f-Square | R Square |
|------------------------|---------------------------|-------------------|----------|----------------------------------------------|--------|----------|----------|
|                        |                           |                   |          | 2.5%                                         | 97.5%  |          |          |
| Layanan Dompet Digital | LDD -> PK                 | -0,222            | 0,027    | -0,400                                       | -0,013 | 0,038    | 0,458    |
| Literasi Keuangan      | LK -> PK                  | -1,029            | 0,000    | -1,233                                       | -0,787 | 0,219    |          |
| Mental Akuntansi       | MA -> PK                  | 0,889             | 0,000    | 0,195                                        | 1,222  | 0,160    |          |
|                        | Moderating Effect 1 -> PK | 1,233             | 0,000    | 0,298                                        | 1,613  | 0,177    |          |
|                        | Moderating Effect 2 -> PK | -0,819            | 0,030    | -1,178                                       | -0,108 | 0,064    |          |

*Sumber: Hasil olah data oleh peneliti*

### 1. Pengaruh Layanan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif

Path coefficient antara layanan dompet digital terhadap perilaku konsumtif adalah -0,222

dengan nilai P-value 0,027 ( $<0,05$ ), yang mengindikasikan bahwa hubungan tersebut negatif dan signifikan. Interval kepercayaan 97,5% berada pada kisaran -0,400 hingga -0,013, sehingga secara statistik hubungan ini secara konsisten negatif dan tidak melewati angka nol. Nilai  $f^2$  sebesar 0,038 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh relatif kecil. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan layanan dompet digital, maka akan semakin kecil kemungkinan untuk menurunkan tingkat perilaku konsumtif. Penjelasan yang mungkin terjadi adalah masyarakat yang terbiasa menggunakan layanan dompet digital mendapatkan manfaat dari fitur-fitur pendukung seperti pelacakan pengeluaran, notifikasi transaksi, dan kemudahan dalam mengontrol saldo yang secara tidak langsung membantu mereka untuk lebih sadar dalam mengatur pengeluaran. Dengan demikian, layanan dompet digital dalam konteks penelitian ini tidak memicu perilaku konsumtif, melainkan berperan sebagai alat pengendali konsumsi.

## **2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar -1,029 dengan nilai P-value sebesar 0,000 ( $<0,001$ ). Nilai interval kepercayaan 97,5% berada pada kisaran -1,233 hingga -0,787, yang menegaskan bahwa hubungan negatif ini signifikan dan kuat secara statistik. Nilai  $f^2$  sebesar 0,219 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif cukup besar. Temuan ini konsisten dengan teori dan penelitian terdahulu yang menekankan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih mampu mengelola pendapatan, memahami risiko keuangan, dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, semakin baik pemahaman keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungannya untuk melakukan konsumsi yang berlebihan atau impulsif. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam menekan perilaku konsumtif.

## **3. Pengaruh Mental Akuntansi Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,889 dengan nilai P-value sebesar 0,000 ( $<0,001$ ), sehingga pengaruhnya positif dan signifikan. Interval kepercayaan 97,5% berada pada kisaran 0,195 hingga 1,222, yang berarti hubungan ini stabil ke arah yang positif. Nilai  $f^2$  sebesar 0,160 menunjukkan pengaruh yang tergolong cukup kuat. Hasil ini mengindikasikan semakin tingginya kecenderungan individu melakukan mental akuntansi (misalnya membagi uang ke dalam pos-pos tertentu, atau menjustifikasi pengeluaran dengan logika pribadi), maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk perilaku konsumtif. Hal ini dapat dijelaskan karena mental akuntansi dalam konteks responden dapat digunakan sebagai pembenaran untuk membelanjakan uang pada kategori tertentu (Manurung & Nasution, 2023). Misalnya, seseorang merasa “tidak apa-apa” mengeluarkan uang untuk hiburan karena sudah menabung untuk kebutuhan pokok, sehingga secara keseluruhan tetap mendorong perilaku konsumtif.

## **4. Peran Moderasi Mental Akuntansi**

Selain efek langsungnya, variabel mental akuntansi juga teruji menjadi pemoderasi dalam hubungan antara variabel lain dan perilaku konsumtif.

- a) a) Efek Moderasi 1  $\rightarrow$  PK memberikan path koefisien sebesar 1.233 dengan nilai P sebesar 0.000, artinya berpengaruh signifikan secara positif. Interval kepercayaan 97,5% yang berada dalam rentang 0.298 hingga 1.613, dan nilai  $f^2$  sebesar 0.177 mengindikasikan pengaruh yang moderat hingga kuat. Hal ini menunjukkan bahwa mental akuntansi memperkuat

pengaruh variabel lain (misalnya, layanan dompet digital atau literasi keuangan) terhadap perilaku konsumsi. Artinya, saat seseorang mempunyai tingkat mental akuntansi yang tinggi, pengaruh variabel lain terhadap perilaku konsumsi akan lebih besar.

- b) Efek Moderasi 2 → PK memperlihatkan nilai path coefficient sebesar -0.819 dengan nilai P sebesar 0.030 ( $<0.05$ ), yang mengindikasikan adanya pengaruh negatif yang signifikan. Interval kepercayaan 97,5% berkisar antara -1,178 hingga -0,108, dengan nilai  $f^2$  sebesar 0,064, menunjukkan efek yang kecil. Hal ini menunjukkan bahwa mental akuntansi juga dapat memainkan peran dalam memperlemah hubungan antara variabel lain dengan perilaku konsumsi.

Hal yang menarik dari hasil penelitian ini adalah adanya peran ganda mental akuntansi sebagai variabel pemoderasi, yang dapat bersifat memperkuat atau melemahkan pengaruh variabel lain terhadap perilaku konsumsi. Penelitian ini memperlihatkan adanya ambiguitas dalam cara individu melakukan mental akuntansi: di satu sisi, hal ini dapat meningkatkan konsumsi, namun di sisi lain, hal ini juga dapat menghambat konsumsi jika individu menganggap pengeluaran tertentu bertentangan dari kategori anggaran mental mereka.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Layanan Dompet Digital**

Layanan dompet digital adalah alat transaksi elektronik yang memfasilitasi pembayaran secara non-tunai. Adanya fitur seperti notifikasi pembayaran, histori transaksi, dan promosi cashback menjadikan pengguna lebih terbiasa menggunakan layanan ini. Studi ini menemukan bahwa layanan dompet digital memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa semakin tingginya intensitas pemakaian layanan dompet digital, semakin rendah perilaku konsumtif, karena pengguna dapat lebih mudah memantau pengeluaran mereka. Hasil ini konsisten dengan temuan Abidzar *et al.*, (2023) dan Ismia *et al.*, (2024), yang menyatakan bahwa dompet digital tidak selalu mendorong perilaku konsumtif, terutama ketika pengguna memiliki kesadaran finansial yang baik. Namun, hal ini berbeda dengan temuan Ginanjar *et al.*, (2024) dan Sinaga *et al.*, (2024), yang menemukan bahwa kemudahan, diskon, dan fitur keamanan dompet digital sebenarnya mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh karakteristik pengguna, tujuan penggunaan, dan faktor pengendalian diri.

### **2. Literasi Keuangan**

Literasi keuangan adalah sebuah kemampuan individu untuk dapat memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat. Literasi keuangan yang tinggi dapat membantu siswa mengontrol pengeluaran mereka dan menghindari perilaku konsumtif. Dalam studi ini, literasi keuangan ditemukan dapat memperkuat kemampuan siswa untuk menggunakan dompet digital secara lebih bijak. Hasil ini mendukung temuan Afrilia *et al.*, (2025) dan Abidzar *et al.*, (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berhubungan negatif dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Selain itu, Rumtutuly & Atahau (2023) juga menekankan pentingnya literasi keuangan dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan kredit dan paylater. Literasi keuangan yang rendah meningkatkan risiko perilaku konsumtif berlebihan dan keputusan keuangan yang tidak sehat.

### 3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menggambarkan kecenderungan individu untuk menghabiskan uang secara berlebihan dan tidak proporsional dengan kebutuhannya. Mahasiswa seringkali menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif akibat gaya hidup, tren, dan pengaruh media digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dapat dikurangi melalui penggunaan layanan dompet digital yang lebih bijak dan peningkatan literasi keuangan. Ananda (2024) dan Mariska *et al.*, (2024) menemukan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa sering dipengaruhi oleh layanan keuangan digital (layanan dompet digital, paylater), namun efeknya dapat bervariasi tergantung pada literasi dan kendali diri pengguna.

### 4. Mental Akuntansi (Moderasi)

Mental akuntansi adalah mekanisme psikologis dimana individu melakukan pengelompokan dan pengorganisasian pengeluaran mereka ke dalam “rekening mental” tertentu, seperti untuk kebutuhan dasar, hiburan, atau tabungan. Dalam penelitian ini, mental akuntansi berperan sebagai moderator yang memperkuat pengaruh literasi keuangan dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumsi. Mahasiswa dengan mental akuntansi yang baik cenderung menggunakan dompet digital untuk mengontrol pengeluaran mereka, bukan untuk konsumsi berlebihan. Hasil ini sejalan dengan Rumbik *et al.*, (2024), yang menekankan bahwa mental akuntansi merupakan faktor penting dalam menjelaskan bagaimana Generasi Z mengelola keuangan digital mereka. Demikian pula, Mariska *et al.*, (2024) menyatakan bahwa mental akuntansi dapat menekan perilaku konsumtif meskipun mahasiswa secara aktif menggunakan layanan keuangan digital.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan dompet digital memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya penggunaan dompet digital sebenarnya dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif, meskipun dampaknya relatif kecil. Literasi keuangan telah terbukti memiliki dampak negatif yang signifikan dan merupakan faktor dominan dalam mengurangi perilaku konsumtif, sehingga semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berbelanja berlebihan. Di sisi lain, mental akuntansi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif karena individu cenderung menggunakan justifikasi alokasi keuangan untuk meningkatkan konsumsi. Selain itu, mental akuntansi bertindak sebagai moderator dengan efek ganda, yaitu dapat memperkuat atau melemahkan hubungan variabel lain dengan perilaku konsumtif, tergantung pada cara individu mengelola keuangan mereka secara mental.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar individu memanfaatkan fitur layanan dompet digital seperti riwayat transaksi dan pengaturan batas untuk mengontrol pengeluaran mereka dengan lebih baik. Masyarakat umum perlu meningkatkan literasi keuangan mereka melalui pendidikan formal dan informal guna mengembangkan perilaku konsumsi yang lebih bijak. Selain itu, penyedia layanan dompet digital diharapkan mengembangkan fitur yang mendukung perilaku keuangan yang sehat, seperti pengingat anggaran atau dashboard keuangan, sehingga layanan dompet digital tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi tetapi juga sebagai sarana pendidikan keuangan digital. Penelitian lebih lanjut diharapkan menambahkan variabel lain, seperti kendali diri atau sikap keuangan, serta memperluas objek penelitian agar hasilnya lebih dapat diterapkan secara umum. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terbatas hanya pada

mahasiswa Universitas Pattimura dengan sampel sebanyak 218 responden sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas, menggunakan kuesioner self-report sehingga memiliki potensi terjadinya bias, serta variabel penelitian hanya meliputi layanan dompet digital, literasi keuangan, dan mental accounting, sedangkan faktor-faktor lain seperti pengendalian diri atau lifestyle tidak diperhitungkan, di samping itu, desain penelitian yang digunakan adalah cross-sectional yang hanya menggambarkan hubungan antar variabel pada satu waktu tertentu. Karena itu, untuk penelitian berikutnya direkomendasikan untuk menggunakan sampel penelitian lebih beragam, memakai metode penelitian mixed methods, penambahan beberapa variabel lain yang terkait, dan menggunakan desain longitudinal untuk memahami secara lebih mendalam dinamika perilaku konsumtif.

## DAFTAR REFERENSI

- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompet digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII(2018), 153–163.
- Ananda, M. A., & Dumiyati. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dewantara: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 10(2), 62–69. <https://doi.org/10.55933/jpd.v10i2.639>
- Arifin, A., Fisman Adisaputra, T., DDI Polman, I., DDI Sidrap, S., ParePare, I., & Korespondensi, P. (2023). Implementasi produk KPR di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Parepare. *Islamic Economics and Business Review*, 2(3), 272–282. <http://dx.doi.org/10.59580/iesbir.v2i3.6661>
- Ginanjar, M. G., Muh. Rasbi, Fasiha, Atika Tahir, & Linda A. Ali. (2024). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 2(2), 15–27. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>
- Hapsari, A. F., & Baidhowi. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458.
- 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>
- Manurung, R. A. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Mental Accounting Dan Tingkat Kepuasan Pada Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII, 455–465.
- Mariska, Y. R., Hari Prastyowati, A., & Rijalus Sholihin, M. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompet Digital, Layanan Paylater, Dan Mental Accounting Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. *JAKUMA : Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, 5(2), 103–120. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v5i2.1297>
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n2.p163-171>
- Rumtutuly, H. H., & Atahau, A. D. R. (2023). Credit Decision Using Pay Later: The Role of

Consumptive Behavior and Financial Literacy with Peer Pressure and Self-Control as Moderators. *AFRE Accounting and Financial Review*, 6(3), 394–404.  
<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/afr>

Sinaga, K., Sianturi, C. M., & Waruwu, P. E. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *JISPOL : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 4, 79–101.