



PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Chelsea Nayla Putri ^{a*}, Rafeyfa Najla Mutia ^b, Pamela Dinda Azzahra ^c, Edward Barito Panimba ^d, Annisa Ayu Syafira ^e

^a Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Jurusan Akuntansi; chelseanay51@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^b Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Jurusan Akuntansi; rafeyfanajlaa28@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^c Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Jurusan Akuntansi; pamelladinda21@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^d Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Jurusan Akuntansi; edwardpanimba12@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^e Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Jurusan Akuntansi; aasyafiraal@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

* Penulis Korespondensi: Chelsea Nayla Putri

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the use of digital wallets on student consumptive behavior. The study used a quantitative approach with causal Associative Design and survey methods through the distribution of questionnaires to 50 students. The results showed that the use of digital wallets affect the increase in consumptive behavior, especially in the aspect of impulsive purchases and weak control over spending. ShopeePay is the most dominant platform used (72%), followed by GoPay (52%), DANA (46%), and OVO (12%). The magnitude of the influence of digital wallets on consumptive behavior varies depending on the characteristics of the respondents, the platforms used and the aspects studied. Therefore, this study recommends increasing digital financial literacy for students to be able to take advantage of the convenience of digital wallets without getting stuck in excessive spending habits.

Keywords: Digital wallet; Consumptive behavior; Students; Impulsive buying; Digital financial literacy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal serta metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 50 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif terutama pada aspek pembelian impulsif dan lemahnya kontrol terhadap pengeluaran. ShopeePay menjadi platform yang paling dominan digunakan (72%), diikuti GoPay (52%), DANA (46%), dan OVO (12%). Besaran pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif bervariasi tergantung pada karakteristik responden, platform yang digunakan, dan aspek yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi keuangan digital bagi mahasiswa agar dapat memanfaatkan kemudahan dompet digital tanpa terjebak dalam kebiasaan belanja berlebihan.

Kata Kunci: Dompet digital; Perilaku konsumtif; Mahasiswa; Pembelian impulsif; Literasi keuangan digital

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat dan membawa dampak perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam sistem pembayaran. Sejak Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus

2014, masyarakat Indonesia secara bertahap beralih dari transaksi tunai menuju pembayaran berbasis digital [1]. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam ekosistem keuangan digital adalah dompet digital atau *electronic wallet* (e-wallet), yakni layanan penyimpanan uang elektronik yang memungkinkan penggunaannya melakukan berbagai transaksi keuangan secara mudah, cepat, dan aman melalui perangkat *smartphone* [11]. Berdasarkan laporan East Ventures Digital Competitiveness Index 2024, dompet digital telah menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan tingkat penetrasi mencapai 93%, melampaui metode pembayaran lainnya [8].

Popularitas dompet digital yang terus meningkat tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang ditawarkan, seperti efisiensi dan kepraktisan transaksi, fitur keamanan berlapis, layanan yang tersebar luas, serta beragam promosi dan *cashback* yang menggiurkan [10]. Platform dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay kini terintegrasi dengan berbagai *e-commerce* dan merchant, sehingga semakin memperluas jangkauan penggunaannya di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda [6].

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna utama dompet digital. Sebagai bagian dari Generasi-Z yang tumbuh di era digitalisasi, mahasiswa cenderung lebih mudah mengimplementasikan sistem pembayaran digital dibandingkan kelompok usia lainnya. Kemudahan akses dan kenyamanan transaksi yang ditawarkan dompet digital membuat mahasiswa semakin bergantung pada platform ini untuk berbagai keperluan, mulai dari berbelanja daring, membayar transportasi, hingga memenuhi kebutuhan sehari-hari [1]. Namun di balik kemudahan tersebut, terdapat dampak negatif yang perlu diwaspadai, yakni meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan, yang didorong oleh keinginan dan hasrat semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sesungguhnya [8]. Perilaku ini ditandai oleh beberapa indikator, antara lain tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan barang, mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak memiliki skala prioritas dalam pengeluaran [11]. Kemudahan sistem pembayaran digital ditengarai memperburuk kecenderungan ini, karena pengguna tidak secara langsung merasakan pengeluaran uang tunai, sehingga kontrol diri terhadap pengeluaran menjadi lemah [7].

Sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara penggunaan dompet digital dan perilaku konsumtif mahasiswa dengan hasil yang beragam. [11] menemukan pengaruh positif dan signifikan penggunaan dompet elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Halu Oleo, di mana kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang melemahkan kendali keuangan mahasiswa. [6] pada mahasiswa pengguna ShopeePay di Kota Semarang membuktikan adanya pengaruh signifikan secara parsial penggunaan dompet digital tidak terbukti berpengaruh signifikan. [7] memperluas kajian dengan mengurai penggunaan ShopeePay ke dalam tiga dimensi, yakni kemudahan, kemanfaatan, dan promosi, dan menemukan ketiganya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Brawijaya dengan kontribusi sebesar 60,4%. [10] melaporkan kontribusi sedang sebesar 47,6% pada mahasiswa STAI KH Abdul Kabier, sementara [1] mencatat kontribusi tertinggi sebesar 61,1% dengan mengurai dompet digital ke dalam empat dimensi, yakni kemudahan, kemampuan finansial, keamanan, dan promosi, di mana kemampuan finansial menjadi dimensi paling dominan.

Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan, terdapat kesenjangan yang belum sepenuhnya terjawab. Perbedaan besar pada besaran koefisien determinasi antarpenelitian yang berkisar antara 21,53% hingga 61,1%, mengindikasikan faktor-faktor penjelas perilaku konsumtif masih bervariasi tergantung konteks, dimensi yang diukur, dan karakteristik populasi yang diteliti. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu mengukur penggunaan dompet digital tanpa mengurai dimensi-dimensinya secara komprehensif. Kesenjangan inilah yang mendorong perlunya penelitian lanjutan yang mengkaji pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara lebih menyeluruh. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh tersebut dengan mempertimbangkan dimensi-dimensi kunci penggunaan dompet digital secara lebih lengkap. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur perilaku konsumen digital di Indonesia, sekaligus menjadi masukan praktis bagi institusi pendidikan, penyedia layanan keuangan digital, dan mahasiswa dalam mengelola penggunaan dompet digital secara lebih bijak dan bertanggung jawab.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan pengolahan data dalam bentuk angka untuk dianalisis secara statistik. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara objektif dan terukur. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai hubungan antarvariabel berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh dari responden. Selain itu, pendekatan ini juga memungkinkan hasil penelitian disajikan secara sistematis sehingga dapat digunakan untuk mendukung kesimpulan penelitian secara ilmiah. Penelitian ini menempatkan penggunaan dompet digital sebagai variabel independen (X) dan perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel dependen (Y).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan survei. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Desain ini dipilih karena cukup efektif untuk memperoleh data dari responden yang banyak dalam waktu yang relatif singkat. Pendekatan survei digunakan karena penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Selain itu, pendekatan survei dapat memberikan gambaran mengenai kondisi nyata yang terjadi di kalangan mahasiswa terkait kebiasaan penggunaan dompet digital dalam melakukan transaksi di kehidupan sehari-hari. Melalui desain penelitian ini, peneliti dapat menganalisis tingkat pengaruh variabel penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan jawaban responden yang telah dikumpulkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama tanpa melalui perantara. Data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk pembayaran makanan, belanja *online*, transportasi, maupun kebutuhan lainnya. Karena jumlah populasi yang relatif besar, peneliti menggunakan sampel untuk mewakili populasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria untuk responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif menggunakan dompet digital dan pernah melakukan transaksi menggunakan aplikasi dompet digital. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang memenuhi kriteria tersebut dan bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan pengalaman masing-masing. Penggunaan kuesioner dipilih karena cukup efektif dan efisien dalam memperoleh data dari banyak responden dalam waktu yang relatif singkat. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang berkaitan dengan penggunaan dompet digital dan perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam penelitian ini, pengukuran jawaban responden menggunakan Skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5. Skala Likert yang digunakan terdiri atas skor 1 untuk sangat tidak setuju, skor 2 untuk tidak setuju, skor 3 untuk netral, skor 4 untuk setuju, dan skor 5 untuk sangat setuju. Penggunaan Skala Likert bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengukur sikap dan pendapat responden terhadap pernyataan yang diberikan. Selain itu, hasil dari Skala Likert juga mempermudah proses pengolahan dan analisis data secara statistik.

Data yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik kuantitatif. Tahap pertama dalam analisis data adalah melakukan pengolahan data dengan memeriksa kelengkapan jawaban responden. Setelah itu dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan tepat. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Setelah instrumen dinyatakan konsisten dan dapat dipercaya, data dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis tersebut kemudian diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian serta menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data Responden

Karakteristik responden menunjukkan bahwa dari 50 mahasiswa yang menjadi sampel, sebanyak 37 orang (74%) berjenis kelamin perempuan dan 13 orang (26%) laki-laki. Dalam hal platform dompet digital yang digunakan, ShopeePay menjadi yang paling dominan dengan persentase 72%, diikuti GoPay (52%), DANA (46%), OVO (12%), dan sebagian kecil responden juga menggunakan layanan perbankan digital seperti SeaBank, BRImo, dan Livin sebagai pelengkap transaksi. Terlihat bahwa mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan dompet digital yang tinggi. Sebanyak 48% responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka menggunakan dompet digital setiap hari, dan 50% sangat setuju dompet digital lebih praktis dibandingkan uang tunai. Penggunaan untuk berbagai jenis transaksi seperti makan, transportasi, dan belanja mendapat respons tertinggi dengan 56% menyatakan sangat setuju. Sementara itu, persepsi keamanan dalam menyimpan uang di dompet digital menunjukkan distribusi yang merata, dengan 30% setuju dan 30% netral, yang mengindikasikan masih adanya keraguan keamanan di antara sebagian responden. Pemanfaatan promo dan *cashback* juga cukup aktif, dengan 28% sangat setuju dan 30% bersikap netral.

Selain pola penggunaan dompet digital, hasil kuesioner juga mengungkap dampaknya terhadap perilaku konsumtif responden. Variabel perilaku konsumtif (Y) menunjukkan bahwa 36% responden sangat setuju dan 32% setuju bahwa pengeluaran mereka meningkat sejak menggunakan dompet digital. Pada aspek pembelian impulsif, 40% sangat setuju dan 24% setuju bahwa mereka sering melakukan pembelian tidak terencana. Responden juga mengakui kesulitan dalam memantau pengeluaran, dengan 38% sangat setuju dan 24% setuju sulit mengingat total pengeluaran, serta 34% sangat setuju dan 20% setuju bahwa pengeluaran lebih sulit dikontrol. Di sisi lain, pernyataan 'tidak sayang mengeluarkan uang' justru didominasi jawaban tidak setuju (30%) dan netral (34%), sementara pernyataan 'membeli di luar anggaran karena promo' juga cenderung tidak setuju (36%) dan netral (26%).

3.2 Pembahasan

Hasil kuesioner mengindikasikan adanya pengaruh penggunaan dompet digital terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Intensitas penggunaan yang tinggi ditunjukkan oleh 74% responden yang menggunakan dompet digital hampir setiap hari. Ini mencerminkan teknologi pembayaran digital telah menjadi bagian dari aktivitas keseharian mahasiswa. Sejalan dengan [9] yang menyimpulkan penggunaan dompet digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan kemudahan penggunaan sebagai faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk bertransaksi lebih sering dan lebih leluasa. [2] juga menegaskan dompet digital berdampak signifikan dan positif terhadap tingkat konsumtif mahasiswa, semakin tinggi intensitas penggunaan dompet digital, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

Dominasi ShopeePay (72%) dalam penelitian ini tidak terlepas dari ekosistem *e-commerce* yang terintegrasi dengan platform belanja daring populer di kalangan mahasiswa. [6] dalam penelitiannya secara khusus menemukan bahwa penggunaan dompet digital ShopeePay dan promosi *cashback* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Meski ShopeePay mendominasi, GoPay tetap menjadi pilihan kedua terbanyak (52%) di antara responden. Temuan [5] pada kalangan mahasiswa menemukan bahwa loyalitas pengguna GoPay didukung oleh fitur unggulan seperti transfer ke bank mana saja secara gratis dan sistem poin *reward* yang dapat diakumulasikan, sehingga mahasiswa yang aktif bertransaksi rutin cenderung tetap setia menggunakan GoPay untuk keperluan sehari-hari. Tingginya intensitas penggunaan kedua platform ini secara konsisten mendorong mahasiswa untuk semakin aktif bertransaksi, yang pada akhirnya membentuk kebiasaan konsumsi digital yang sulit dihindari.

Temuan terkait pembelian impulsif menjadi salah satu hasil yang paling menonjol dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil Tabel 3, sebanyak 64% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka sering melakukan pembelian tidak terencana ketika menggunakan dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses pembayaran digital dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan yang matang. [2] menegaskan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan dompet digital, semakin besar pula dorongan untuk melakukan transaksi di luar kebutuhan yang sesungguhnya. [9] juga menambahkan bahwa kemudahan penggunaan yang menjadi keunggulan dompet digital justru memperlemah kontrol diri mahasiswa dalam berbelanja, sehingga pembelian impulsif menjadi pola yang semakin sulit dihindari. Kondisi ini turut diperparah oleh fitur-fitur insentif seperti *cashback* dan poin *reward* yang ditawarkan platform seperti ShopeePay maupun GoPay, yang secara tidak langsung menciptakan dorongan psikologis untuk terus bertransaksi meski tidak direncanakan sebelumnya.

Lemahnya kendali atas pengeluaran turut menjadi perhatian dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa 62% responden menyatakan tidak mampu mengingat keseluruhan pengeluaran yang telah dilakukan melalui dompet digital, dengan rincian 38% menyatakan sangat setuju dan 24% menyatakan setuju. Pada aspek yang sama, 54% responden menilai pengeluaran mereka lebih sulit untuk dikendalikan ketika bertransaksi menggunakan dompet digital dibandingkan dengan uang tunai, dengan rincian 34% responden menyatakan sangat setuju dan 20% responden menyatakan setuju. Sejalan dengan hasil penelitian [1], yang membuktikan bahwa keempat dimensi penggunaan dompet digital, yaitu kemudahan, kemampuan finansial, keamanan, dan promosi secara bersamaan memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan kontribusi sebesar 61,1%. Di antara keempat dimensi tersebut, kemampuan finansial menjadi faktor yang memiliki pengaruh paling kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan saldo dalam dompet digital cenderung mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi tanpa diimbangi pengendalian yang cukup.

Temuan menarik dijumpai pada dua indikator lainnya, yakni pernyataan mengenai “tidak sayang mengeluarkan uang” dan “membeli di luar anggaran karena promo” justru menunjukkan kecenderungan tidak setuju dari mayoritas responden, yakni masing-masing 30% dan 36%. Artinya, meskipun mahasiswa cukup sering melakukan pembelian tidak terencana dan kesulitan mengontrol pengeluaran, mereka tetap memiliki kesadaran soal batas anggaran yang dimiliki. [9] juga menemukan hal serupa, di mana pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif hanya sebesar 5,2% dan sisanya sebesar 94,8% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti faktor keadaan ekonomi, kelas sosial, dan usia. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak semata-mata ditentukan oleh penggunaan dompet digital, melainkan oleh kombinasi berbagai faktor yang melingkupi kehidupan mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terutama dalam hal meningkatnya pembelian tidak terencana dan menurunnya kemampuan mengontrol pengeluaran. Besaran pengaruh yang diperoleh dalam penelitian ini juga sejalan dengan berbagai hasil penelitian sebelumnya. [4] mencatat pengaruh sebesar 16,7%, [3] sebesar 26,3%, dan [1] sebesar 61,1%. Perbedaan angka tersebut menunjukkan bahwa seberapa besar dampak dompet digital terhadap perilaku konsumtif dapat berbeda-beda sesuai dengan respondennya, aplikasi dompet digital yang digunakan, dan aspek penggunaan yang diteliti. Dengan demikian penelitian ini menyimpulkan bahwa, perlu adanya upaya peningkatan literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa agar mereka dapat memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan dompet digital tanpa terjebak dalam kebiasaan belanja yang berlebihan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perlu dipahami dalam konteks semakin pesatnya perkembangan teknologi pembayaran digital di Indonesia terutama setelah dicanangkannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 2014. Dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay menawarkan kemudahan, efisiensi, serta berbagai promo dan *cashback* yang menarik sehingga sangat populer di kalangan mahasiswa sebagai generasi Z. Kemudahan ini juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Penelitian kuantitatif dengan metode survei terhadap 50 responden menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap peningkatan pembelian impulsif dan melemahnya kontrol terhadap pengeluaran meskipun mahasiswa masih memiliki kesadaran akan batasan anggaran. ShopeePay menjadi platform paling dominan diikuti GoPay, DANA, dan OVO. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan digital menjadi hal yang mendesak agar mahasiswa dapat menggunakan dompet digital secara bijak tanpa terjebak dalam kebiasaan belanja berlebihan — salah satunya melalui integrasi materi literasi keuangan digital dalam kurikulum atau program edukasi di lingkungan kampus, seperti pelatihan manajemen keuangan pribadi atau seminar kesadaran konsumsi yang diselenggarakan oleh pihak institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ananda, M. A., and Dumiyati, “Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,” *Jurnal Pendidikan Dewantara: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, vol. 10, no. 2, pp. 62–69, 2024, doi: 10.55933/jpd.v10i2.639.

- [2] Fauziah, N., & Nurhasanah, N, “The Effect of the Perception of Electronic Money on Consumptive Behavior of Stei Sebi Students,” *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, vol. 8, no. 1, pp 63–84, 2020, doi: <https://doi.org/10.46899/jeps.v8i1.176>.
- [3] D. A. P. Febrianty, Yolanda, and S. Saleh, “Pengaruh penggunaan aplikasi dompet digital terhadap perilaku konsumtif,” *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, vol. 1, no. 2, pp. 1–9, 2023, doi: 10.58540/pijar.v4i1.1446.
- [4] P. R. Maharani, “Pengaruh penggunaan dompet digital GoPay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung,” *International Journal Administration, Business & Organization*, vol. 4, no. 3, pp. 58–70, 2023, doi: 10.61242/ijabo.23.273.
- [5] Musthofiyah and K. Fadhli, “Analisis komparatif keputusan konsumen pengguna e-wallet OVO dan GoPay,” *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, vol. 5, no. 2, pp. 395–405, 2025, doi: 10.51903/jupea.v5i2.4344.
- [6] G. Pramesti, Azizah, E. Purnamasari, E. Sulistiyani, and D. V. Widyanti, “Pengaruh penggunaan e-wallet ShopeePay dan promosi cashback terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,” *Bangun Rekaprima*, vol. 9, no. 1, pp. 35–42, 2023, doi: 10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425.
- [7] L. V. Priscilia and N. S. Fadjar, “Pengaruh penggunaan dompet elektronik (e-wallet) ShopeePay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Malang,” *Journal of Development Economic and Social Studies*, vol. 3, no. 1, pp. 189–199, 2024, doi: 10.21776/jdessa.2024.03.1.15.
- [8] D. P. Sianipar, H. H. Sianipar, and A. T. I. Sinaga, “Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar,” *PIJAR: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 4, no. 1, pp. 455–464, 2025.
- [9] K. Sinaga, C. M. Sianturi, and P. E. Waruwu, “Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan,” *JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, vol. 4, no. 1, pp. 79–101, 2024.
- [10] Tuhriyati, T. Akhmad, and Komarudin, “Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,” *Al Kabier Journal of Islamic Studies*, vol. 1, no. 2, pp. 38–47, 2025.
- [11] B. Wawo, Safaruddin, and N. Qalbi, “Pengaruh penggunaan dompet elektronik sebagai alat transaksi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 8, no. 2, pp. 142–153, 2023.