



Dampak Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Mahasiswa Gen Z

(Studi Kasus Pengguna *E-Wallet* Dana di Politeknik Negeri Bali)

I Wayan Gangga Sulaksana^{1*}, Ni Made Kariati², Gede Sedana Wibawa Yasa³

¹⁻³Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

*Penulis Korespondensi: gangga.sulaksana@gmail.com

Abstract. The development of e-wallets like DANA has brought convenience to digital transactions, which indirectly has the potential to trigger unplanned purchasing behavior among the younger generation. This research focuses on examining how financial literacy and lifestyle influence impulsive buying behavior among Generation Z students using the DANA application at Politeknik Negeri Bali. By applying a quantitative approach, data collection was conducted on 110 active student respondents, with the sample size drawn using the Slovin formula. All primary data obtained were then processed and analyzed using the Multiple Linear Regression method with the assistance of IBM SPSS software. The hypothesis testing results revealed three main findings. First, financial literacy has been proven to have a negative and significant impact on impulsive buying, meaning that the higher the level of financial understanding, the lower the tendency for spontaneous shopping. Second, the lifestyle variable shows a positive and significant influence, indicating that the drive of trends and lifestyle is directly proportional to the increase in the intensity of impulsive purchases. Third, together (simultaneously), financial literacy and lifestyle have a strong and significant impact on impulsive buying behavior. These findings conclude that financial literacy acts as a rational counterbalance that dampens consumer desires, while lifestyle dynamics serve as the main catalyst for impulsive transactions on digital wallet platforms.

Keywords: DANA; E-wallet; Financial Literacy; Impulsive Buying; Lifestyle.

Abstrak. Perkembangan *e-wallet* seperti DANA telah membawa kemudahan transaksi digital yang secara tidak langsung berpotensi memicu perilaku pembelian tidak terencana pada generasi muda. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup memengaruhi perilaku *impulsive buying* di kalangan mahasiswa Generasi Z pengguna aplikasi DANA di Politeknik Negeri Bali. Dengan menerapkan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan terhadap 110 responden mahasiswa aktif, di mana ukuran sampel tersebut ditarik menggunakan presisi rumus Slovin. Seluruh data primer yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis melalui metode Regresi Linear Berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan tiga temuan utama. Pertama, literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, yang berarti semakin tinggi tingkat pemahaman finansial, semakin rendah kecenderungan belanja spontan. Kedua, variabel gaya hidup menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan, mengindikasikan bahwa dorongan tren dan gaya hidup berbanding lurus dengan peningkatan intensitas pembelian impulsif. Ketiga, secara bersama-sama (simultan), literasi keuangan dan gaya hidup memberikan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Temuan ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan bertindak sebagai penyeimbang rasional yang meredam hasrat konsumtif, sementara dinamika gaya hidup menjadi katalis utama terjadinya transaksi impulsif pada platform dompet digital.

Kata Kunci: DANA; E-Wallet; Gaya Hidup; Impulsive Buying; Literasi Keuangan.

1. LATAR BELAKANG

Pada era society 5.0, revolusi teknologi informasi di abad ke-21 telah memicu perubahan pada berbagai sektor strategis di Indonesia, mulai dari pendidikan, tata kelola transportasi, kesehatan, penelitian, keuangan, serta struktur operasi dan manajemen di organisasi. Transformasi digital ini secara nyata mengubah perilaku ekonomi, di mana transaksi fisik di pasar tradisional kini bertransformasi menjadi aktivitas daring melalui platform *e-commerce* (Dewi et al., 2021). Integrasi ekonomi digital ini kemudian

mempopulerkan penggunaan pembayaran elektronik, khususnya dompet digital (*e-wallet*). Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021, dompet digital dipahami sebagai simpanan nilai uang elektronik dalam server atau aplikasi. Di pasar domestik, instrumen ini beroperasi melalui dua mekanisme: berbasis server (seperti OVO, Dana, dan GoPay) serta berbasis chip (seperti Flazz dan TapCash) (Bodhi & Tan, 2022). Mekanisme berbasis pembayaran digital melalui ponsel pintar inilah yang secara fundamental mengubah persepsi penggunaannya, terutama di kalangan mahasiswa generasi z. Pembayaran yang biasanya berupa fisik uang tunai, kini hadir dalam bentuk digital dan meminimalisir rasa enggan saat mengeluarkan uang. Dalam lingkungan kampus yang dinamis dan sarat dengan tekanan pemenuhan gaya hidup seperti budaya nongkrong, *Fear of Missing Out* (FOMO), hingga tren *fashion*, kemudahan transaksi ini kerap memicu perilaku impulsive buying. Mahasiswa menjadi rentan melakukan pembelian spontan, tidak terencana, dan didorong murni oleh keinginan emosional sesaat karena batas kognitif sebelum melakukan konfirmasi pembayaran menjadi sangat tipis. Tingginya ketergantungan generasi muda terhadap instrumen yang menawarkan ilusi daya beli tanpa gesekan ini, pada akhirnya tecermin secara nyata pada skala adopsi *e-wallet* di tingkat nasional.

Penggunaan *e-wallet* menawarkan berbagai kemudahan, seperti transaksi yang lebih praktis, efisiensi waktu, pengurangan risiko uang palsu, serta berbagai promo seperti diskon dan *cashback*. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa pada semester pertama tahun 2022, nilai transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai Rp56,1 triliun. Fenomena ini menunjukkan adopsi *e-wallet* yang sangat masif, khususnya di kalangan generasi muda. Namun, kemudahan akses dan penggunaan *e-wallet* juga membawa konsekuensi perubahan gaya hidup, terutama di kalangan mahasiswa. Gaya hidup mahasiswa kini dipengaruhi oleh modernisasi yang mempermudah pemenuhan kebutuhan, namun juga membuka peluang terhadap perilaku konsumtif dan hedonistik (Afifah & Yudiantoro, 2022). Perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan membeli barang secara berlebihan dan tidak terencana, seringkali untuk memenuhi kebutuhan simbolik seperti prestise sosial (Dewi et al., 2021). Dikutip dari penelitian Cahyani (2021) juga menunjukkan bahwa promosi *digital*, kepercayaan konsumen, dan kemudahan berbelanja melalui *marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa memiliki implikasi ganda (Insana & Johan, 2020). Dari sisi positif, perilaku ini dapat menimbulkan rasa puas dan memperkaya pengalaman konsumsi terhadap barang atau jasa baru, beberapa mahasiswa bahkan memanfaatkan kemudahan ini untuk kegiatan produktif seperti berwirausaha kecil-kecilan. Namun dari sisi negatif, perilaku konsumtif yang tidak terkontrol berisiko membentuk

gaya hidup konsumerisme, di mana kebahagiaan dan harga diri diukur dari kepemilikan materi, kondisi ini dapat mengarah pada pemborosan, pengelolaan keuangan pribadi yang buruk, hingga masalah keuangan di masa depan.



Karakteristik Konsumen Indonesia Ketika Berbelanja | Goodstats

Gambar 1. Karakteristik Konsumen Indonesia 2024.

Sumber: Data G. Karakteristik Konsumen Indonesia Ketika Berbelanja- GoodStats Data [Internet]. GoodStats Data. 2024.

Berdasarkan gambar 1 data dari *GoodStats*, sebanyak 52% konsumen di Indonesia sebenarnya sudah berbelanja secara rasional atau murni sesuai dengan kebutuhan pokok mereka. Namun, angka lain juga mengungkap sebuah masalah yaitu 12% karakteristik konsumen belanja di Indonesia masih tergolong ke dalam belanja impulsif atau masih sangat rentan terhadap godaan belanja terutama di kalangan gen z saat ini. Data menunjukkan bahwa 7% kelompok konsumen memiliki karakteristik yang selalu ingin mencoba tren atau produk baru secara impulsif tanpa pikir panjang. Bagi Gen Z, perilaku ini sering kali dipicu oleh fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), di mana keinginan untuk tetap relevan dengan tren yang sedang viral di media sosial mengalahkan pertimbangan logika finansial.

Angka 7% ini merepresentasikan kelompok pemacu impulsive buying yang sangat reaktif terhadap pembaruan produk. Kecenderungan untuk mengonsumsi barang secara instan demi kepuasan emosional sesaat ini diperparah oleh ekosistem teknologi pembayaran digital yang serba cepat. Kemudahan akses *e-wallet* seperti DANA memfasilitasi dorongan impulsif tersebut, sehingga jeda waktu untuk berpikir (kognitif) terabaikan dan beralih sepenuhnya pada dorongan emosional. Hal ini mempertegas bahwa bagi sebagian besar mahasiswa gen z, perilaku konsumsi bukan lagi didasari oleh fungsi utilitas barang, melainkan sebagai bentuk validasi terhadap tren yang sedang berlangsung. Contoh nyatanya adalah *e-wallet* atau dompet

digital yang kini secara perlahan menggantikan fungsi dompet fisik, membuat semua urusan bayar-membayar bisa diselesaikan hanya lewat genggam *smartphone*. Di era digital ini, *e-wallet* sudah menjadi kebutuhan wajib yang melekat pada gaya hidup mahasiswa karena menawarkan kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja (Aulia et al., 2023). Lebih dari sekadar mempercepat pembayaran, *e-wallet* juga secara tidak langsung memancing kelemahan psikologis penggunaannya melalui godaan promo kilat, *cashback*, dan poin *reward* yang membuat mereka terus-menerus terdorong untuk berbelanja (Priscilia & Fadjar, 2024). Pengguna *e-wallet* atau dompet digital kini mendominasi hingga mengalahkan jumlah pengguna kartu kredit. Berdasarkan data RedSeer, transaksi *e-commerce* di Indonesia yang menggunakan dompet digital terdapat sebanyak 29 persen. Penggunaannya didominasi oleh generasi milenial dengan rata-rata transaksi Rp140.663 per minggu. *top-up* mencapai Rp140.663 per minggu.



Peringkat	Nama Aplikasi	Jumlah Unduhan
1	DANA	100 juta ++
2	OVO	50 juta ++
3	Gopay	10 juta ++
4	LinkAja	10 juta ++
5	ShopeePay	10 juta ++
6	Octo Mobile	5 juta ++
7	i.saku	1 juta ++

Gambar 2. Peringkat jumlah unduhan e-wallet di Indonesia tahun 2025.

Sumber: rankia.id. Aplikasi E-wallet Terbaik di Indonesia.

Berdasarkan gambar 2 diatas, Dana menduduki peringkat ke-1 pada tahun 2025. Mulyana dan Wijaya (2018) menjelaskan *e-wallet* adalah media elektroniknya yang berbentuk *server based* dan digunakan sebagai alat pembayaran digital dengan menggunakan koneksi

internet terlebih dahulu. Aplikasi DANA hadir sebagai salah satu *platform* dompet digital unggulan yang berhasil menarik jutaan pengguna melalui integrasi layanan yang luas. Keberhasilan DANA dalam mendominasi pasar tidak lepas dari kemampuannya memberikan rasa aman dan manfaat yang nyata bagi penggunanya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah Siti Umul et al., (2023), persepsi kemudahan dan keamanan merupakan variabel kunci yang membangun kepercayaan konsumen untuk beralih menggunakan e-wallet dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Kemudahan akses yang ditawarkan membuat batasan antara kebutuhan dan keinginan menjadi semakin kabur. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh fitur-fitur instan DANA sering kali menghilangkan "hambatan psikologis" saat mengeluarkan uang. Pambudi, Roswinanto, dan Meiria (2023) menjelaskan bahwa rasa senang (*perceived enjoyment*) yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dengan teknologi finansial merupakan pendorong kuat bagi niat penggunaan yang berkelanjutan. Di tengah gaya hidup modern yang serba cepat, kenyamanan ini mulai bergeser menjadi pemicu munculnya perilaku belanja tidak terencana atau *impulsive buying*. Tekanan sosial untuk mengikuti tren dan kemudahan pembayaran tanpa uang tunai sering kali mendorong individu melakukan pembelian impulsif tanpa pertimbangan matang (Azlan Azhari et al., 2025).

Namun, dorongan gaya hidup yang agresif tersebut idealnya dapat diredam apabila individu memiliki landasan manajemen keuangan yang kokoh. Literasi keuangan muncul sebagai instrumen kontrol esensial yang berfungsi sebagai mekanisme kendali internal. Literasi keuangan bukan sekadar pemahaman teknis tentang uang, melainkan kemampuan kognitif dalam mengevaluasi risiko, menentukan prioritas, dan memahami konsekuensi jangka panjang dari setiap transaksi digital. Di tengah ekosistem DANA yang serba instan, minimnya literasi keuangan di kalangan Generasi Z sering kali membuat mereka terjebak dalam ilusi 'kemudahan', di mana saldo digital dianggap sebagai angka abstrak yang mudah dikeluarkan tanpa perencanaan matang. Kesenjangan antara kemahiran teknologi dengan rendahnya kecakapan finansial inilah yang diprediksi menjadi faktor utama yang memperkuat kecenderungan *impulsive buying* di kalangan mahasiswa dengan perputaran ekonomi tinggi seperti di provinsi Bali. Fakta mengenai kesenjangan ini terkonfirmasi melalui publikasi diagram Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada majalah Edukasi Konsumen edisi Juni 2025.



Gambar 3. Diagram Literasi dan Inklusi keuangan di Indonesia.

Sumber: Ojk.go.id. Majalah Edukasi Konsumen Juni 2025.

Data tersebut memperlihatkan adanya *gap* yang jelas antara akses dan pemahaman keuangan, khususnya di wilayah perkotaan yang menjadi pusat perputaran ekonomi digital. Tingkat inklusi keuangan di perkotaan tercatat telah mencapai angka 83,61%, yang menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat telah memiliki akses luas terhadap berbagai layanan jasa keuangan, termasuk ekosistem dompet digital. Namun, tingginya inklusi ini tidak berjalan beriringan dengan tingkat literasi keuangan yang baru menyentuh angka 70,89%. Selisih persentase yang signifikan ini membuktikan bahwa adopsi masyarakat terhadap instrumen pembayaran instan jauh lebih masif dibandingkan kapasitas kognitif mereka dalam manajemen risiko dan kontrol finansial. Di tingkat lokal, Bali mencatatkan pertumbuhan yang sangat impresif dalam adopsi teknologi ini. Berdasarkan laporan dari Bank Indonesia pada kuartal II tahun 2024, penggunaan aplikasi DANA di Bali mengalami lonjakan signifikan sebesar 132% dalam kurun waktu 2023 hingga 2024.



Gambar 4. Tren Penggunaan DANA di Bali Tahun 2024.

Sumber: Berita Dewata. (2024).

Berdasarkan gambar 4, pertumbuhan pengguna *e-wallet* ini didominasi oleh fitur QRIS yang menjadi pilihan utama masyarakat untuk bertransaksi secara instan. Angka pertumbuhan yang jauh di atas rata-rata nasional ini membuktikan bahwa ekosistem digital di Bali telah matang, khususnya wilayah Badung menjadi titik paling strategis. Sebagai pusat pariwisata dan gaya hidup, Bali memiliki kepadatan merchant QRIS dan pengguna aktif yang sangat tinggi, menjadikannya laboratorium alami yang tepat untuk mengamati perilaku konsumsi digital. Berdasarkan fenomena tingginya adopsi DANA di Bali, khususnya di Kabupaten Badung sebagai pusat gaya hidup modern, peneliti melihat adanya sisi lain yang perlu diwaspadai di balik kenyamanan bertransaksi tersebut. Terdapat celah kritis antara kemahiran teknologi dengan kebijaksanaan dalam mengelola keuangan. Kerentanan ini menjadi sangat relevan jika ditarik ke dalam ekosistem akademis yang berada di jantung perputaran ekonomi digital tersebut, salah satunya adalah Politeknik Negeri Bali (PNB).



Gambar 5. Data Jumlah Mahasiswa Aktif Politeknik Negeri Bali.

Sumber: pnb.ac.id. Website Resmi Politeknik Negeri Bali.

Berdasarkan gambar 5 melalui data resmi institusi, PNB saat ini mewadahi sekitar 6.200 mahasiswa aktif. Populasi yang didominasi oleh Generasi Z ini berhadapan langsung dengan gempuran kemudahan akses e-wallet dan tekanan gaya hidup modern. Peneliti meyakini bahwa sekadar memahami cara menggunakan aplikasi tidaklah cukup untuk menjamin kesehatan finansial jika dorongan gaya hidup digital lebih mendominasi daripada literasi keuangan individu. Oleh karena itu, penelitian ini tertarik untuk mengkaji lebih dalam mekanisme tersebut secara empiris dengan mengangkat judul:” Dampak Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa Gen Z: Studi Kasus Pengguna E-Wallet DANA di Politeknik Negeri Bali”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Politeknik Negeri Bali yang berlokasi di Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki karakteristik mahasiswa Generasi Z yang adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial dan gaya hidup digital, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku *impulsive buying* pada pengguna dompet digital DANA. Populasi penelitian berjumlah 6.200 mahasiswa aktif pengguna DANA, dengan sampel sebanyak 99 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif Generasi Z yang menggunakan aplikasi DANA (Sugiyono, 2023). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan variabel independen Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2), serta variabel dependen *Impulsive Buying* (Y). Variabel diukur menggunakan skala Likert berdasarkan indikator literasi keuangan (Meisya, 2024), gaya hidup (Ali & Asyik, 2023), dan *impulsive buying* (Dewi Widiyastutin Suropto et al., 2025).

Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada mahasiswa aktif pengguna DANA dan data sekunder yang bersumber dari dokumen resmi, situs DANA, buku, serta jurnal ilmiah yang relevan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan Google Form dengan instrumen berbasis skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Literasi keuangan diposisikan sebagai kemampuan mengelola keuangan yang dapat mengendalikan perilaku konsumtif (Helendriani & Hardaningrum, 2025), sedangkan gaya hidup menggambarkan pola aktivitas, minat, dan opini yang dipengaruhi perkembangan digital (Fariana et al., 2021). Adapun *impulsive buying* dipahami sebagai perilaku pembelian spontan yang dipengaruhi dorongan emosional dan stimulus lingkungan digital (Susilo & Nihlatussifa, 2024). Analisis data

dilakukan secara kuantitatif menggunakan perangkat lunak SPSS yang diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi masing-masing variabel penelitian (Sugiyono, 2023). Selanjutnya dilakukan pengujian instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* (Dewi & Sudaryanto, 2020; Rosita et al., 2021), dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas sebagai prasyarat analisis regresi linear berganda (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji *t*, uji *F*, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa pengguna DANA (Sugiyono, 2023; Ghozali, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden.

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	58	53%
		Perempuan	52	47%
	Jumlah		110	100%
2	Jurusan	Administrasi Bisnis	21	19%
		Pariwisata	19	17%
		Akuntansi	19	17%
		Teknik Sipil	14	13%
		Teknik Mesin	14	13%
		Teknik Elektro	11	10%
		Teknologi Informasi	12	11%
	Jumlah		110	100%
3	Angkatan	2022	22	20%
		2023	18	16%
		2024	44	40%
		2025	26	24%
	Jumlah		110	100%

Sumber: Data Primer yang diolah tahun (2026).

Mengacu pada Tabel 1, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 110 orang. Komposisi berdasarkan jenis kelamin menunjukkan dominasi responden laki-laki sebanyak 58 orang atau 53%, sedangkan responden perempuan sebanyak 52 orang dengan persentase 47%. Dari segi program studi, responden terbanyak berasal dari jurusan Administrasi Bisnis dengan jumlah 21 orang atau 19%. Distribusi ini diikuti oleh jurusan Pariwisata dan Akuntansi yang masing-masing berjumlah 19 orang (17%), Teknik Sipil dan Teknik Mesin masing-masing 14 orang (13%), Teknologi Informasi sebanyak 12 orang (11%), serta Teknik Elektro sebanyak 11 orang (10%). Berdasarkan tahun angkatan, mayoritas responden didominasi oleh mahasiswa

angkatan 2024 dengan jumlah 44 orang atau proporsi sebesar 40%. Kelompok selanjutnya diisi oleh angkatan 2025 sebanyak 26 orang (24%), angkatan 2022 sebanyak 22 orang (20%), dan angkatan 2023 sebanyak 18 orang (16%). Seluruh kelompok angkatan ini termasuk ke dalam kategori Generasi Z. Karakteristik mahasiswa dari generasi ini dikenal sangat rentan terhadap tekanan gaya hidup modern serta dorongan validasi sosial, seperti fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) di lingkungan kampus. Persebaran komposisi jurusan dan tingginya penggunaan pada angkatan muda ini secara langsung merepresentasikan populasi mahasiswa Politeknik Negeri Bali yang berhadapan langsung dengan gempuran kemudahan akses transaksi instan menggunakan dompet digital DANA.

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (Rata-Rata Validitas).

Variabel	Item Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
X1 Literasi Keuangan	X1.1	0.396	0.361	Valid
	X1.2	0.719		Valid
	X1.3	0.404		Valid
	X1.4	0.730		Valid
	X1.5	0.450		Valid
	X1.6	0.441		Valid
	X1.7	0.674		Valid
X2 Gaya Hidup	X2.1	0.712	0.361	Valid
	X2.2	0.723		Valid
	X2.3	0.869		Valid
	X2.4	0.780		Valid
	X2.5	0.843		Valid
	X2.6	0.838		Valid
Y Impulsive Buying	Y1.1	0.688	0.361	Valid
	Y1.2	0.786		Valid
	Y1.3	0.649		Valid
	Y1.4	0.890		Valid
	Y1.5	0.703		Valid
	Y1.6	0.794		Valid
	Y1.7	0.818		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Berdasarkan hasil yang tercantum dalam Tabel 2, seluruh item pada variabel penelitian terbukti lolos pengujian validitas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Pearson Correlation > 0.361. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan responden dalam menjawab hal yang berkaitan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Ghozali, 2018). Adapun pengambilan keputusan untuk

pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Reliabel.

Variabel	Cronbach Alpha	N of item	Nilai Kritis Reliabel	Keterangan
X1 Literasi Keuangan	0.943	7	0.7	Reliabel
X2 Gaya Hidup	0.939	6		Reliabel
Y Impulsive Buying	0.939	7		Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Hasil pengujian yang ditampilkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas ambang batas tersebut. Oleh karena itu, seluruh instrumen dinyatakan memenuhi standar reliabilitas yang dipersyaratkan.

Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, penilaian responden terhadap seluruh variabel penelitian berada pada kategori sangat baik, dengan pengelompokan berdasarkan interval skor 0,80 pada skala Likert lima poin. Variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,39, yang menunjukkan bahwa mahasiswa Politeknik Negeri Bali memiliki pemahaman yang sangat baik dalam mengelola keuangan saat menggunakan *e-wallet* DANA. Sementara itu, variabel Gaya Hidup dan *Impulsive Buying* masing-masing memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,56, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki gaya hidup yang dinamis serta kecenderungan tinggi melakukan pembelian spontan melalui DANA. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, tetapi juga memiliki gaya hidup modern yang didukung penggunaan *e-wallet*, sehingga berpotensi mendorong perilaku *impulsive buying* dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dengan Kriteria Pengujian: Apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$), maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$), maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. 1

N		Unstandardized Residual 110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48989442
	Absolute	.051
Most Extreme Differences	Positive	.051
	Negative	-.040
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Berdasarkan tabel 4 Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai *Test Statistic* sebesar 0,051 dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis regresi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas Coefficients^a.

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.082	1.137	—	8.863	0.000	—	—
	Literasi Keuangan	-0.214	0.050	-0.230	-4.269	0.000	0.572	1.748
	Gaya Hidup	1.013	0.052	1.041	19.322	0.000	0.572	1.748

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,572 dan nilai Variance Inflation Factor sebesar 1,748. Gaya Hidup juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,572 dan nilai Variance Inflation Factor sebesar 1,748. Seluruh nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan seluruh nilai Variance Inflation Factor lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, sehingga hubungan antarvariabel independen tidak mengganggu estimasi model.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a.

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.
1	(Constant)	1.455	0.661	—	2.199	0.030
	Literasi Keuangan	0.013	0.029	0.056	0.443	0.659
	Gaya Hidup	-0.025	0.030	-0.103	-0.807	0.422

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Hasil uji heterokedastisitas pada tabel 6 diatas dengan metode Glejser menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,659, sedangkan Gaya Hidup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,422. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, residual model regresi memiliki varians yang konstan dan memenuhi asumsi heterokedastisitas berdasarkan uji Glejser.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a.

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.
1	(Constant)	10.082	1.137	–	8.863	0.000
	Literasi Keuangan	-0.214	0.050	-0.230	-4.269	0.000
	Gaya Hidup	1.013	0.052	1.041	19.322	0.000

^aSumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 10,082, dengan koefisien regresi Literasi Keuangan sebesar -0,214 dan Gaya Hidup sebesar 1,013, sehingga diperoleh persamaan regresi: *Impulsive Buying* = 10,082 – 0,214 Literasi Keuangan + 1,013 Gaya Hidup. Koefisien negatif pada Literasi Keuangan menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku *impulsive buying*, sedangkan koefisien positif pada Gaya Hidup menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup, semakin tinggi pula kecenderungan melakukan *impulsive buying*. Dengan demikian, Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*, baik secara parsial maupun simultan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (Uji T) Coefficients^a.

Model	Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta (β)			
1	(Constant)	10.082	1.137	–		8.863	0.000
	Literasi Keuangan	-0.214	0.050	-0.230		-4.269	0.000
	Gaya Hidup	1.013	0.052	1.041		19.322	0.000

^aSumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Hasil uji T pada tabel 8 diatas menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki nilai T hitung sebesar -4,269 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan df sebesar 107, nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah sekitar 1,982. Nilai t hitung secara absolut lebih besar

dari t tabel, yaitu $4,269 > 1,982$, dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Artinya, semakin tinggi Literasi Keuangan, maka *Impulsive Buying* akan semakin rendah. Hasil uji T menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki nilai t hitung sebesar 19,322 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $19,322 > 1,982$, dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Artinya, semakin tinggi Gaya Hidup, maka *Impulsive Buying* akan semakin meningkat.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F).

Model	Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1121.398	2	560.699	247.957	0.000
	Residual	241.957	107	2.261	—	—
	Total	1363.355	109	—	—	—

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Hasil uji F pada tabel 9 diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 247,957 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 110 dan jumlah variabel independen sebanyak 2, diperoleh df1 sebesar 2 dan df2 sebesar 107. Pada taraf signifikansi 0,05, nilai F tabel sekitar 3,08. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu $247,957 > 3,08$, dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi Model Summary^b.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.907	0.823	0.819	1.504

Sumber: Data Primer yang diolah IBM SPSS Statistics 25 (2026).

Hasil koefisien determinasi pada tabel 10 diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0,823. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup mampu menjelaskan variasi *Impulsive Buying* sebesar 82,3%, sedangkan sisanya sebesar 17,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Penelitian ini didasarkan pada teori keuangan berperilaku (*behavioral finance*), sebuah teori dengan pendekatan yang digunakan untuk mengkaji dan memahami bagaimana interaksi antara faktor psikologis, kognitif, dan sosial memengaruhi rasionalitas individu dalam mengambil keputusan finansial. Model ini memberikan kerangka konseptual bahwa pada pengambilan keputusan ekonomi, khususnya dalam ekosistem pembayaran digital itu tidak selalu berjalan secara rasional, melainkan rentan didorong oleh keinginan emosional sesaat. Dalam konteks penelitian ini, 2 elemen sentral dijadikan acuan utama sebagai variabel penentu, diantaranya adalah: Literasi Keuangan (*Financial Literacy*): Variabel Literasi Keuangan pada penelitian ini dapat menggambarkan tingkat kemampuan kognitif dan instrumen kontrol internal individu dalam mengevaluasi risiko, menentukan prioritas kebutuhan, serta memahami konsekuensi jangka panjang dari sebuah transaksi yang dilakukan, sehingga dapat menghindari pemborosan. Gaya Hidup (*Lifestyle*): Variabel Gaya Hidup pada penelitian ini dapat menggambarkan besarnya dorongan eksternal atau sosial yang membentuk pola hidup individu melalui dimensi aktivitas, minat, dan opini. Elemen ini menyoroti bagaimana tuntutan modernisasi sering kali memicu individu untuk bertransaksi demi validasi sosial atau sekadar mengikuti tren, seperti fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

Dalam penelitian ini, teori keuangan berperilaku diterapkan untuk membedah anomali perilaku konsumsi mahasiswa Generasi Z di Politeknik Negeri Bali dalam menggunakan aplikasi DANA sebagai dompet digital (*e-wallet*) pilihan mereka. DANA telah berupaya memperkuat ekosistem digitalnya dengan menghadirkan kemudahan transaksi nir-hambatan (*frictionless payment*) melalui berbagai fitur praktis, mulai dari pemindaian QRIS, layanan transfer dan patungan (*Split Bill*), kemudahan pembayaran tagihan, hingga pembelian *voucher* hiburan. Inovasi teknologi yang serba cepat ini di satu sisi memfasilitasi dampak gaya hidup mahasiswa secara efisien, namun di sisi lain membuat batasan psikologis dan jeda kognitif sebelum melakukan pembayaran menjadi sangat tipis. Kondisi inilah yang bermuara pada kerentanan timbulnya pembelian tidak terencana atau *impulsive buying*. Hasil analisis dan pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut.

Dampak Literasi Keuangan terhadap Impulsive Buying

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25, diperoleh bahwa hubungan antara variabel Literasi Keuangan terhadap *Impulsive Buying* memiliki koefisien regresi sebesar -0,214. Nilai t hitung tercatat sebesar -4,269, yang secara absolut melampaui nilai t tabel sebesar 1,982, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian hipotesis ini menjelaskan bahwa Literasi Keuangan memiliki dampak yang signifikan dan bersifat negatif terhadap perilaku *Impulsive Buying*. Hal ini berarti semakin tinggi pemahaman atau tingkat literasi keuangan yang dimiliki, maka perilaku *impulsive buying* akan semakin rendah atau menurun. Temuan ini membuktikan bahwa pemahaman finansial yang baik berfungsi secara efektif sebagai "rem" psikologis ketika mahasiswa Generasi Z di Politeknik Negeri Bali berhadapan dengan gempuran kemudahan transaksi nir-hambatan (*frictionless payment*) pada dompet digital DANA. Hasil ini sejalan dengan perspektif teori keuangan keperilakuan (*behavioral finance*), yang menegaskan bahwa literasi keuangan bertindak sebagai instrumen kontrol internal kognitif yang memungkinkan individu untuk mengevaluasi risiko, menentukan prioritas, serta menahan dorongan emosional sesaat demi menghindari pemborosan. Temuan penelitian ini semakin menegaskan konsistensi dengan hasil riset sebelumnya. Menurut Aulia dkk. (2023), serta Susilo & Nihlatussifa (2024), membuktikan bahwa pemahaman finansial terbukti mampu menekan perilaku *impulsive buying* secara signifikan.

Dampak Gaya Hidup terhadap Impulsive Buying

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25, diperoleh bahwa hubungan antara variabel Gaya Hidup terhadap *Impulsive Buying* memiliki koefisien regresi sebesar 1,013. Nilai t hitung tercatat sebesar 19,322, yang melampaui nilai t tabel sebesar 1,982, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian hipotesis ini menjelaskan bahwa Gaya Hidup memiliki dampak yang signifikan dan bersifat positif terhadap perilaku *Impulsive Buying*. Hal ini berarti semakin tinggi tuntutan atau dorongan Gaya Hidup yang dimiliki, maka perilaku *impulsive buying* akan semakin meningkat.

Temuan ini membuktikan bahwa gaya hidup digital yang sarat akan aktivitas, minat, dan opini modern berfungsi sebagai dorongan eksternal atau "gas" pendorong ketika mahasiswa Generasi Z di Politeknik Negeri Bali berhadapan dengan kemudahan transaksi nir-hambatan pada dompet digital DANA. Hasil ini sejalan dengan perspektif teori keuangan keperilakuan (*behavioral finance*), yang menyoroti bagaimana tuntutan modernisasi sering kali memicu individu untuk bertransaksi demi validasi sosial atau sekadar mengikuti tren, seperti fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yang pada akhirnya mengesampingkan rasionalitas

ekonomi. Temuan penelitian ini semakin menegaskan konsistensi dengan hasil riset sebelumnya. Menurut Anindya & Sulastiningsih, (2025); Fariana et al., (2021), dan et al., (2025), membuktikan bahwa tuntutan gaya hidup memberikan dorongan positif dan signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif maupun pembelian impulsif.

Dampak Literasi Keuangan dan Gaya hidup terhadap Impulsive Buying

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25, diperoleh bahwa hasil pengujian simultan (Uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 247,957 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang mana lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup secara simultan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada mahasiswa Generasi Z pengguna e-wallet DANA di Politeknik Negeri Bali. Selain itu, berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai sebesar 0,823, yang berarti 82,3% variasi perilaku *Impulsive Buying* dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan dan Gaya Hidup, sementara sisanya sebesar 17,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Temuan ini menegaskan bahwa perilaku *impulsive buying* dalam ekosistem DANA bukanlah fenomena tunggal, melainkan hasil dari interaksi kompleks antara "rem" kognitif berupa Literasi Keuangan dan "gas" sosial berupa Gaya Hidup. Mahasiswa Generasi Z di Politeknik Negeri Bali berada dalam lingkungan di mana kemudahan transaksi digital nir-hambatan (*frictionless payment*) dari aplikasi DANA memicu dorongan emosional yang tinggi. Apabila individu memiliki literasi keuangan yang rendah, dorongan gaya hidup untuk memenuhi tuntutan sosial atau mengikuti tren (FOMO) akan sangat mudah mengalahkan rasionalitas ekonomi, sehingga perilaku pembelian tidak terencana menjadi tak terelakkan.

Hasil penelitian ini memperkuat perspektif teori keuangan berperilaku (*behavioral finance*), yang menyoroti bahwa keputusan ekonomi individu tidak selalu bersifat rasional dan sangat dipengaruhi oleh variabel psikologis serta lingkungan sosial. Konsistensi temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kombinasi dari kontrol internal (literasi keuangan) dan dorongan eksternal (gaya hidup) secara bersama-sama memiliki dampak signifikan dalam membentuk frekuensi perilaku konsumtif maupun pembelian impulsif di kalangan mahasiswa (Helendriani & Hardaningrum, 2025; Susilo & Nihlatussifa, 2024; Ulum & Solekah, 2024).

4. KESIMPULAN

Merujuk pada pemrosesan data serta interpretasi penelitian yang telah dilakukan, simpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut. Literasi Keuangan berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa Generasi Z pengguna *e-wallet* DANA di Politeknik Negeri Bali (t -hitung absolut $-4,269 > t$ -tabel $1,982$). Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah perilaku *impulsive buying* tersebut. Gaya Hidup berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa Generasi Z pengguna *e-wallet* DANA di Politeknik Negeri Bali (t -hitung $19,322 > t$ -tabel $1,982$). Artinya, semakin tinggi dorongan gaya hidup digital, semakin meningkat pula frekuensi perilaku *impulsive buying* tersebut. Literasi Keuangan dan Gaya Hidup secara simultan berdampak signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa Generasi Z pengguna *e-wallet* DANA di Politeknik Negeri Bali (F -hitung $247,957$; Sig. $0,000 < 0,05$). Artinya, interaksi antara literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama menentukan tinggi rendahnya perilaku pembelian tidak terencana tersebut. Pendorong sosial secara bersama-sama menentukan tingginya perilaku pembelian tidak terencana di dalam ekosistem aplikasi DANA.

DAFTAR REFERENSI

- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Akrabi, A. N. L., & Noerlina, N. (2023). Perkembangan inovasi fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 5(1), 47–58. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>
- Ali, M. Z., & Asyik, N. F. (2023). Pengaruh pendapatan dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan gaya hidup sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 2(4), 326–339. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i4.6136>
- 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. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 2394–2404. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3725>
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh penggunaan *e-wallet* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Dewi Widiyastutin Suropto, Ramli, S., & Ansir Launtu. (2025). Storytelling marketing, positive emotion, dan impulse buying behavior terhadap buying decision pada ritel. *Jurnal E-Business Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 4(2), 6–15. <https://doi.org/10.59903/ebusiness.v4i2.120>
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The influence of financial literacy, lifestyle and self-control on the consumption behavior of economic education students.

International Journal of Research and Review, 8(8), 496–503.
<https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>

- Helendriani, L., & Hardaningrum, T. W. (2025). The influence of e-wallet usage, lifestyle, and financial literacy on the consumptive behavior of economic education students. *Classroom Action Research Journal*, 7(1), 11–20.
<https://doi.org/10.17977/um013v7i12025p11-20>
- Khoiriyah, S. U., Halim, M., & Zulkarnnaeni Achmad Syahfrudin. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi DANA. <https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.950>
- Meisya, N. (2024). *Self-control terhadap perilaku keuangan generasi Z (Studi pada pengguna e-wallet di Bandar Lampung)*.
- Pranata, C. R. A., & Wildana, M. D. A. (2025). E-wallet, paylater, and financial literacy: Impact on student consumption. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 4(1), 13–27. <https://doi.org/10.21776/csefb.2025.04.1.02>
- Ramadhan Putrantona, F., & Pasaribu, R. D. (2024). Analysis of the influence of electronic wallet usage, lifestyle, and financial literacy on the consumptive behaviour of Generation Z workers in DKI Jakarta. *International Journal of Science*. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i3.1098>
- Ridho Hidayat, M., & Purwanti, L. (2024). The influence of gender, financial literacy, and usage lifestyle e-wallet against consumptive behavior (Vol. 4). <https://doi.org/10.21776/reaksi.2025.4.1.450>
- Rosita, E., Hidayat, W., Yuliani, W., & Studi Bimbingan dan Konseling, P. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. 4(4). <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sahabuddin, R., Negeri Makassar Azlan Azhari, U., Negeri Makassar Kartika, U., Negeri Makassar Nurul Annisa Septyanti, U., Negeri Makassar Muh Ahimsyah, U., Negeri Makassar Dhinda Dwi Maharani, U., Negeri Makassar Program Studi Manajemen, U., Ekonomi dan Bisnis, F., Negeri Makassar Alamat, U., P Pettarani, J. A., Rappocini, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2025). Pengaruh e-wallet dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan kontrol diri sebagai variabel intervening. 2(3), 270–283. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4507>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd., Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Suryati. (2025). *Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) dan literasi keuangan syariah terhadap impulsive buying pada Gen Z di Kota Malang*.
- Susilo, E., & Nihlatussifa. (2024). *Pengaruh penggunaan e-wallet dan Islamic financial literacy terhadap perilaku impulse buying pada Gen Z pengguna e-wallet di Jepara*.
- Ulum, I. F., & Solekah, N. A. (2024). The impact of lifestyle, financial literacy, and ease of use of e-payment on e-wallet users' consumptive behavior in the millennial generation.

MEC-J (Management and Economics Journal), 8(1), 67–82.
<https://doi.org/10.18860/mec-j.v8i1.26265>