1. Pendahuluan

Perilaku konsumtif mahasiswa telah menjadi perhatian penting, terutama di era digitalisasi yang ditandai dengan kemudahan akses ke informasi, barang, dan layanan. Indonesia menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Menurut laporan *e-Conomy SEA* 2023 dari *Google, Temasek*, dan *Bain & Company*, nilai transaksi *e-commerce* Indonesia diproyeksikan mencapai *Gross Merchandise Value* (GMV) $65 miliar pada tahun 2024, pertumbuhan ini meningkat 11% dibandingkan dengan tahun 2023. Pertumbuhan yang pesat ini menjadi indikator tingginya tingkat konsumsi secara *online*. Sektor ekonomi, khususnya sektor layanan keuangan, juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital ini. Semua aspek kehidupan sehari-hari banyak yang berubah menjadi dunia digital, termasuk transportasi, berbelanja, keuangan, pariwisata, donasi, dan aktivitas ekonomi lainnya (Pajrin Mukti et al., 2023). Kebiasaan konsumsi meningkat seiring kemajuan ekonomi dan teknologi. Konsumsi yang tinggi di tingkat masyarakat membantu pertumbuhan ekonomi nasional, namun konsumsi yang tinggi di tingkat individu dapat menyebabkan masalah jika hanya mengikuti keinginan dan kepuasan daripada kebutuhan (Mukti et al., 2022).

Bukan hanya menjadi pola perilaku individu, perilaku konsumtif juga menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya dan ekonomi global. Mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang sangat terpengaruh oleh fenomena ini (Zahra et al., 2023). Menurut (Pertiwi et al., 2024) Mahasiswa adalah kelompok usia yang sedang menjalani fase transisi menuju kemandirian keuangan. Secara pengetahuan mahasiswa harusnya sudah sadar tentang pentingnya pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, karena mahasiswa sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi digital, perilaku keuangan sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses ke layanan keuangan tersebut. Dengan semua kemudahan ini, mahasiswa seringkali menghadapi masalah menjaga uang, yang membuat lebih rentan terhadap perilaku konsumtif.

Kota Semarang, sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan gaya hidup masyarakat. Kota ini menjadi pusat berbagai aktivitas bisnis, pendidikan, dan hiburan karena tingkat urbanisasi yang tinggi. Pertumbuhan sektor perdagangan dan jasa, seperti kehadiran pusat perbelanjaan dan tempat hiburan yang semakin menjamur, merupakan salah satu indikator perkembangan ekonomi suatu kota.

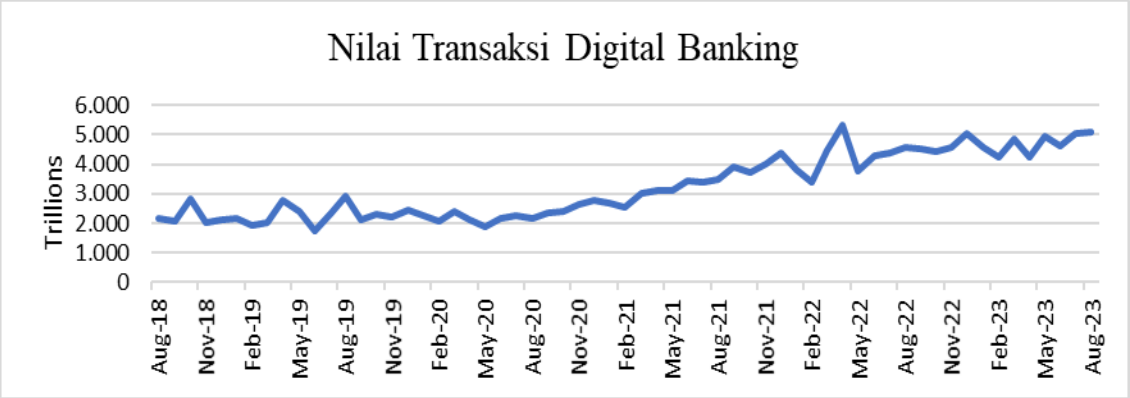
Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, terdapat sekitar 51 mal yang tersebar di Provinsi Jawa Tengah, di mana Kota Semarang menjadi kota dengan jumlah mal terbanyak. Kota Semarang merupakan salah satu kota metropolitan yang berkembang pesat dengan berbagai fasilitas yang mendukung aktivitas ekonomi dan gaya hidup masyarakat. Kota ini memiliki infrastruktur yang maju, ditunjang oleh keberadaan pusat perbelanjaan, tempat wisata, serta beragam pilihan kuliner yang menarik. Dari data scymark.semarangkota.go.id (n.d.), tercatat terdapat 21 pusat perbelanjaan besar (mal) yang tersebar di berbagai wilayah, ditambah dengan banyaknya kafe dan destinasi wisata yang semakin mendorong aktivitas konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa.

Sebagai kelompok usia yang aktif dalam pergaulan sosial dan akademik, mahasiswa di Kota Semarang cenderung lebih terpengaruh oleh kemudahan akses terhadap barang dan jasa dibandingkan dengan mahasiswa di kota atau daerah lain sekitarnya seperti Demak, Salatiga, Grobogan, dan sebagainya. Aktivitas seperti mengunjungi pusat perbelanjaan untuk hiburan, bersantai di *coffee shop* untuk mengerjakan tugas, atau sekadar berbelanja *online* menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa (Miranda et al., 2024). Namun, kemudahan ini sering kali berdampak pada meningkatnya pengeluaran yang tidak selalu berdasarkan kebutuhan, melainkan lebih kepada keinginan, sehingga memicu perilaku konsumtif.

Selain itu, hal lain yang memperkuat kecenderungan konsumtif mahasiswa di Kota Semarang adalah tersedianya layanan pemesanan makanan dan barang secara *online* yang sangat luas cakupannya. Berbeda dengan kota-kota lain di sekitar Semarang dimana layanan pesan-antar hanya tersedia di beberapa area tertentu, Kota Semarang menawarkan akses hampir tanpa batas

untuk berbagai kebutuhan. Namun, pembelian melalui layanan daring ini sering kali lebih mahal dibandingkan dengan pembelian langsung di tempat, karena adanya biaya tambahan seperti ongkos kirim dan biaya layanan. Oleh karena itu, kemudahan akses terhadap berbagai fasilitas, baik secara langsung maupun digital, diduga menjadi salah satu faktor yang mendorong mahasiswa di Kota Semarang untuk memiliki tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa di kota lain dengan akses yang lebih terbatas.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat muncul di berbagai sektor, termasuk dalam sektor keuangan muncul yang namanya *Financial Technology* (*Fintech*) yang menawarkan berbagai kemudahan untuk membantu berbagai pekerjaan. Dari teknologi ini, kegiatan transaksi di masyarakat menjadi berubah, yang awalnya memakai uang *cash* sekarang bisa melakukan transaksi secara *online* atau *cashless* (Pertiwi et al., 2024). *Fintech payment* dalam hal ini meliputi pembayaran melalui dompet digital atau *e-wallet* maupun aplikasi dari *mobile banking* yang sekarang muncul berbagai fitur yang memudahkan para penggunanya.



Gambar 1.Nilai transaksi *digital banking* di Indonesia per bulan
(Agustus 2018-Agustus 2023)
Sumber: Bank Indonesia

Dari gambar diatas, berdasarkan data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan Agustus 2023 nilai transaksi *digital banking* secara nasional mencapai Rp5.098,6 triliun atau sekitar Rp5,1 kuadriliun. Nilai itu meningkat 1,3% dibanding Juli 2023 (*month-on-month*), serta tumbuh 11,9% dibanding setahun sebelumnya (*year-on-year*). Nilai transaksi *digital banking* atau perbankan digital yang tercatat di atas adalah kombinasi dari transaksi *internet banking, SMS/mobile banking,* dan *phone banking*. Sedangkan untuk pengguna *e-wallet* seperti OVO, Dana, Gopay, ShopeePay, dsb. Penggunaan *e-wallet* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan survei *Indonesia Fintech Trends* 2024 dari Jajak Pendapat (JakPat), 96% responden mengaku sudah memiliki atau menggunakan *e-wallet* (data.goodstats.id). Melihat dari fenomena kemudahan bertransaksi dengan *Fintech* menuntut literasi keuangan yang tinggi bagi seseorang dalam membuat keputusan keuangan. (Pajrin Mukti et al., 2023).

Untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan kepercayaan konsumen dan masyarakat tentang keuangan, literasi keuangan dibutuhkan (Sari et al., 2023). Indeks literasi keuangan Indonesia mengalami peningkatan yang stabil setiap tahunnya. Berdasarkan data dari OJK sejak tahun awal Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2013 pada indeks 21,84% hingga di tahun 2024 di 65,43% yang menandakan masyarakat semakin melek tentang keuangan. Indeks literasi ini dihitung berdasarkan lima parameter utama, yaitu pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku terhadap produk-produk keuangan. Namun, Meskipun mahasiswa terbiasa menggunakan teknologi dan aplikasi digital, masih banyak yang belum memiliki pemahaman yang cukup tentang literasi keuangan (Niti Widari et al., 2023).

Gambar 2.Indeks literasi keuangan berdasarkan pekerjaan/profesi
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2024

Berdasarkan gambar 2 hasil dari SNLIK tahun 2024 (OJK, 2024) menyebutkan bahwa indeks literasi keuangan pada pelajar/mahasiswa menempati peringkat kedua terendah dengan indeks 56,42%. Literasi keuangan yang rendah membuat mahasiswa kurang memahami konsekuensi dari penggunaan layanan *fintech payment*, seperti bunga pinjaman atau risiko pengeluaran yang tidak terkendali.

Permasalahan dalam penggunaan teknologi digital khususnya *fintech* yang membuat mahasiswa sering salah dalam pemanfaatan teknologi yang berkembang. Mahasiswa cenderung mengabaikan hal-hal yang membutuhkan literasi. Hal ini dibuktikan bahwa masih ada kesenjangan antara tingkat literasi dan juga inklusi keuangan.

Gambar 3. Perbandingan indeks literasi dan inklusi keuangan mahasiswa
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2024

Dari gambar menunjukkan bahwa tingkat inklusi lebih tinggi daripada literasi keuangan. Tingginya inklusi keuangan dibandingkan literasi keuangan dapat memengaruhi penggunaan teknologi digital atau *fintech payment*, terutama dalam mendorong perilaku konsumtif. Kemudahan akses layanan keuangan seperti *e-wallet, pay later*, atau pinjaman *online* sering kali tidak diiringi dengan pemahaman yang memadai mengenai risiko dan konsekuensinya. Mahasiswa, sebagai pengguna aktif *fintech*, cenderung terpengaruh oleh kemudahan dan layanan-layanan yang ditawarkan sehingga mendorong perilaku impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Rendahnya literasi keuangan juga mengakibatkan

kurangnya perencanaan anggaran, sehingga rentan terhadap pengeluaran berlebih atau bahkan terjebak dalam utang konsumtif. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik diperlukan untuk memastikan mahasiswa dapat menggunakan *fintech* secara bijak, memanfaatkan teknologi untuk kebutuhan produktif, dan menghindari risiko keuangan di masa depan.

Selain itu, *Locus of control* keuangan juga merupakan komponen penting yang memengaruhi perilaku keuangan. *Locus of control* adalah persepsi individu tentang seberapa baik dan buruk individu melakukan hal-hal dalam hidup karena individu memiliki kendali atas diri sendiri atau orang lain. Pengendalian tinggi selalu mempertimbangkan apakah keputusan pembelian dibuat karena kebutuhan atau hanya keinginan. Pengendalian diri yang baik dapat membantu seseorang menghindari perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan *locus of control* akan sangat termotivasi untuk belajar lebih banyak tentang keuangan agar dapat mengelola keuangan dengan baik dan menghindari perilaku konsumtif. Namun, sebagai akibat dari tekanan gaya hidup yang konsumtif, mahasiswa saat ini menghadapi masalah tidak memiliki kendali diri atau *locus of control* atas apa yang mahasiswa butuhkan dan inginkan (Miranda et al., 2024).

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam memperkuat *locus of control*, terutama dalam pengambilan keputusan finansial. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai perencanaan keuangan, investasi, dan pengelolaan risiko, sehingga lebih mampu mengontrol pola konsumsi, terlepas dari apakah *locus of control* individu cenderung internal atau eksternal. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat memperburuk dampak negatif dari *locus of control* eksternal, di mana seseorang lebih mudah terpengaruh oleh faktor luar tanpa memiliki strategi pengelolaan keuangan yang baik. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan menjadi langkah penting untuk membantu mahasiswa dalam mengembangkan locus of control yang lebih positif, sehingga dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan di tengah godaan konsumsi yang semakin mudah diakses.

Pada penelitian sebelumnya yang membahas tentang perilaku konsumtif, menurut (Amaniyah & Sholeha, 2024; Haerunnisa & Nuryani, 2024; Pratama & Oktapiani, 2023) variabel *Fintech payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, pemahaman mengenai *fintech payment* akan semakin menimbulkan perilaku konsumtif. Namun menurut (Al Farisyi, 2024) variabel *fintech e-wallet* tidak berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa, sejalan dengan (Astuti & Arifin, 2023) yang menyatakan bahwa *fintech payment* dengan persepsi kemudahannya tidak berpengaruh positif pada perilaku konsumtif. Pada *variable Locus of control*, (Dilasari et al., 2021; Joel et al., 2024), menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Namun menurut penelitian (Miranda et al., 2024) Secara simultan *locus of control* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, berbeda lagi dengan penelitian (Andriani et al., 2023) menyatakan bahwa *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sehingga tinggi rendahnya *locus of control* tidak mampu mengubah perilaku konsumtif.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu masih menunjukan inkonsistensi hasil penelitian, dan dari fenomena-fenomena tersebut, muncul kebutuhan untuk memahami bagaimana literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara *fintech payment* dan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Variabel moderasi ini yang nantinya dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Kota Semarang, sebagai salah satu pusat pendidikan di Indonesia yang memiliki akses teknologi dan digitalisasi yang cukup tinggi termasuk *fintech payment*, menjadi lokasi yang relevan untuk meneliti fenomena ini, mengingat tingginya penggunaan *fintech payment* di kalangan mahasiswa yang berdomisili di kota tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkuat literatur yang ada tetapi juga memberikan solusi praktis bagi mahasiswa, lembaga pendidikan, dan pelaku industri *fintech* dalam mengelola perilaku konsumtif dan meningkatkan literasi keuangan generasi muda. Atas dasar tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi perilaku konsumtif mahasiswa dari perspektif *fintech payment* dan *locus of control* dengan

dimoderasi oleh literasi keuangan, dengan mengajukan pertanyaan penelitian (i) apakah *fintech payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? (ii) apakah *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa? (iii) apakah literasi keuangan bisa memoderasi dengan memperlemah hubungan antara *fintech payment* pada perilaku konsumtif mahasiswa? (iv) apakah literasi keuangan bisa memoderasi dengan memperkuat hubungan antara *locus of control* pada perilaku konsumtif mahasiswa?.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kajian Teori

Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), dan diperbaharui dengan teori perilaku direncanakan (*theory of planned behavior*) oleh Ajzen (1991), telah digunakan selama dua dekade masa lalu untuk meneliti keinginan dan perilaku berbagi. Teori tindakan beralasan Ajzen dan Fishbein (1980), mengasumsikan perilaku ditentukan oleh keinginan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu atau sebaliknya. Keinginan ditentukan oleh dua variabel independen termasuk sikap dan norma subjektif (Mahyarni, 2013).

Tiga jenis faktor memengaruhi tindakan manusia, menurut teori tindakan yang direncanakan (*Theory of Planned Behavior*). Faktor-faktor tersebut adalah keyakinan tentang hasil perilaku dan evaluasi terhadap hasil perilaku (*behavior belief*), keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain, dan dorongan untuk menuruti harapan tersebut *(normative belief*), dan keyakinan tentang adanya faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku, serta persepsi adanya kontrol pada faktor tersebut (*control belief*). Dalam hal ini, kepercayaan sikap terhadap perilaku menimbulkan sikap positif (*favorable*) atau negatif (*unfavorable)* terhadap perilaku tertentu, keyakinan normatif menimbulkan persepsi adanya tekanan sosial untuk melakukan tindakan atau norma subjektif (*subjective norm*), dan keyakinan kontrol menimbulkan persepsi atas kontrol perilaku. Kombinasi dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi atas kontrol perilaku adalah kombinasi dari keyakinan terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi atas kontrol perilaku, membuat munculnya intensi perilaku (*behavioral intention*) (Machrus & Purwono, 2010).

Perilaku Konsumtif

Reaksi untuk mengonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya tidak diperlukan disebut perilaku konsumtif, menurut (Fatmawatie, 2022). Perilaku konsumtif dapat dilakukan oleh siapa saja, apalagi di era saat ini, ketika banyak barang atau jasa baru dibuat dan didistribusikan, sehingga keinginan masyarakat meningkat dan akhirnya mengurangi kebutuhan yang sebenarnya. Secara ekonomis, perilaku konsumtif akan menyebabkan pemborosan dan ketidakmampuan untuk mengatur keuangan dan memaksimalkan pemanfaatan. Sebaliknya, secara psikologis akan menyebabkan rasa tidak aman dan kecemasan, serta kecanduan dan rasa tidak puas.

Fintech Payment

Fintech payment adalah metode pembayaran yang berbasis teknologi yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara digital. Berbagai *platform fintech*, seperti ShopeePay, Link Aja, OVO, GoPay, Dana dan *Mobile Banking*, memungkinkan pembayaran non-tunai. Untuk menarik pelanggan supaya menggunakan layanan *fintech payment*, *platform* menawarkan promosi seperti diskon dan *cashback*. (Betharini & Sungkono, 2023) menyatakan bahwa pembayaran *Fintech* adalah sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi keuangan untuk memungkinkan transaksi keuangan elektronik. Teknologi finansial yang disebut *Fintech payment* membantu pengguna melakukan berbagai macam pembayaran, seperti tagihan harian, belanja *online*, dan transaksi *online*. Pertumbuhan *Fintech payment* di Indonesia didorong oleh tingginya minat dan permintaan masyarakat bersama dengan dukungan penuh regulator.

Locus of Control

Locus of control adalah ide yang menunjukkan sejauh mana hasil dari suatu peristiwa terkait dengan faktor eksternal (keberuntungan dan nasib) atau pilihan individu (faktor internal). Individu beranggapan bahwa kendalinya berasal dari karakteristik internalnya sendiri atau dikendalikan oleh orang lain, peristiwa, dan situasi lain. Seseorang memiliki *locus of control* internal yang menghubungkan segala sesuatu dengan karakteristik dan pencapaian internalnya, sementara orang yang menghubungkan segala sesuatu dengan keberuntungan, nasib, atau hal lainnya memiliki *locus of control* eksternal (Mutlu & Özer, 2022). Menurut (Khoirunnisa & Rochmawati, 2021), *locus of control* adalah sudut pandang seseorang tentang sebuah kejadian dan tingkat kemampuan seseorang untuk mengendalikannya. Jika individu memiliki kemampuan untuk mengontrol bagaimana membelanjakan uang tersebut, maka individu tersebut lebih cenderung untuk melakukan manajemen yang baik.

Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan sehingga masyarakat menjadi lebih baik secara keuangan. Untuk menghindari masalah keuangan, setiap orang harus tau cara mengelola uang. Kesusahan keuangan tidak hanya berasal dari rendahnya pendapatan, kesalahan dalam pengelolaan keuangan juga dapat menyebabkan masalah keuangan. Dengan literasi keuangan yang baik, individu dapat memilih barang, mengatur keuangan dengan baik, dan merencanakan masa depan. Individu juga lebih cerdas dalam memilih barang atau jasa yang dibeli (Sari et al., 2023).

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Variabel	Hasil
1.	*Financial Literacy Moderation on the Influence of E-Wallet Usage and Locus of control on Consumptive Behavior of Generation Z in Denpasar City* (2023)	Niti Widari, Dewa Ayu Putu Pulawan, I Made Setini, Made	• Variabel Moderator: *Financial Literacy* • Variabel Independen: *E-Wallet usage, locus of control* • Variabel Dependen: *consumptive Behavior*	• *E Wallet Usage has a positive and significant effect on the consumptive behavior of generation Z in the city of Denpasar* • *Locus of control has a negative and significant effect on the consumptive behavior* • *Financial literacy has a negative and significant effect on the consumptive behavior* • *Financial literacy moderating the influence of E Wallet Usage on the consumer behavior* • *Financial literacy moderating the influence of Locus of control on the consumptive behavior*
2.	Pengaruh *Digital Payment* QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom	Siti Nur Zahra, Yuhana Astuti, Deden Syarif Hidayatulloh	• Variabel Independen: *Digital Payment* • Variabel Dependen:	• Variabel *digital payment* bepengaruh positif pada perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Telkom sebesar 47,2%.

No	Judul Penelitian	Penulis	Variabel	Hasil
	(Studi Kasus pada Pujasera TEL-U) (2023)		Perilaku Konsumtif	
3.	Pengaruh Literasi Keuangan, *Locus of control* Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (2024)	Miranda, Nurjanah, Ade Fadillah Fw Pospos	• Variabel Independen: Literasi Keuangan, *Locus of control*, sikap keuangan • Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif	• Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa • *Locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa • Sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa • Literasi keuangan, locus of control, dan sikap keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa
4.	*The Moderator Effect Of Financial Literacy On The Relationship Between Locus of control And Financial Behavior* (2021)	Ummuhan Mutlu, Gokhan Ozer	• Variabel Moderator: *Financial Literacy* • Variabel Independen: *Locus of control* • Variabel Dependen: *Financial Behavior*	• *financial literacy and locus of control have a positive effect on financial behavior* • *financial literacy plays a significant role as a moderator variable that interacts with locus of control*
5.	*The Effect Of Using Shopee Paylater And Fashion Involvement On Consumptive Behavior With Financial Literacy As A Moderating Variable For Students At Palangkaraya University* (2023)	Syahbandi, Solikah Nurwati, Ani Mahrita	• Variabel Moderator: *Financial Literacy* • Variabel Independen: *Shopee Paylater, Fashion Involvement* • Variable Dependen: *Consumptive Behavior*	• *Shopee Paylater has a positive and significant effect on Consumptive Behavior* • *Fashion Involvement has a positive and significant effect on Consumptive Behavior* • *Financial Literacy has a positive and significant effect on Consumptive Behavior* • *The use of Shopee Paylater on Consumptive Behavior with Financial Literacy has a positive and significant moderating effect (strengthening)* • *Fashion Involvement on Consumptive Behavior with Financial Literacy has a positive and significant moderating effect (strengthening)*
6.	Pengaruh *Fintech payment, Financial Literacy, Life Style*	Devy Valma Pratama, Serli Oktapiani	• Variabel Independen: *fintech*	• *Fintech payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif,

No	Judul Penelitian	Penulis	Variabel	Hasil
	Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online (2023)		*payment, Financial Literacy, Life Style* • Variabel Dependen: perilaku konsumtif	• *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif • *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja online mahasiswa
7.	Pengaruh *Digital Payment* ShopeePay *Dan Locus of control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (2023)	Beid fitrianova andriani, elyanti rosmanindar, zahratud diniah	• Variabel Independen: *digital payment* ShopeePay, *locus of control* • Variable Dependen: perilaku konsumtif	• *Digital Payment* ShopeePay berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. • *Locus of Control* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
8.	Pengaruh *Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control* Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang (2020)	Dilasari, Sri Mulyati, Asep Kurniawan	• variabel independen: *Financial Literacy, Life Style, Locus of control,* Demografi • Variable Dependen: perilaku konsumtif generasi milenial.	• *Financial literacy berpengaruh* positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial diKota subang yang berusia 20-35 tahun • *Life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota subang • *Locus of control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku generasi milenial diKota subang • Jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota subang • Pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Subang • variabel *financial literacy, life style,locus of control* dan demografi (jenis kelamin), demografi (pendapatan) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Subang

Sumber: dari berbagai jurnal untuk studi ini, 2024

2.3 Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Fintech payment* terhadap Perilaku Konsumtif

Persepsi kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi dalam *fintech* membuat orang semakin banyak menggunakan aplikasi tersebut. Pasalnya perkembangan sekarang ini membuat semua aktivitas beralih ke digitalisasi seperti munculnya *e-commerce*, pembelian pulsa, internet, bahkan pembelian makanan secara *online* langsung bisa diantarkan di depan pintu rumah. Masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk merasakan hal tersebut, cukup menggunakan *gadget* pribadi bisa langsung melakukan transaksi pembayaran ke berbagai aktivitas. Namun dibalik kemudahan itu malah semakin menimbulkan perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Oktapiani, 2023) yang menyatakan variabel *Fintech payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Jika *fintech payment* meningkat, perilaku konsumtif juga ikut meningkat. Mahasiswa yang sering memanfaatkan *fintech payment* akan semakin konsumtif dikarenakan sistem pembayaran yang efektif dan efisien sehingga lebih mudah dibandingkan dengan tunai. (Haerunnisa & Nuryani, 2024) juga menyatakan bahwa *fintech payment* berpengaruh positif pada perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis pertama yang diajukan adalah:
H1: *Fintech payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa yang memiliki *locus of control* akan sangat termotivasi untuk belajar lebih banyak tentang keuangan agar tidak berperilaku konsumtif dan dapat mengelola keuangan dengan baik. Tetapi, kurang kendali diri atau *locus* adalah masalah yang dihadapi mahasiswa saat ini, alih-alih mengendalikan kebutuhan dan keinginan karena tekanan gaya hidup konsumtif. Jika dengan mempertimbangkan situasi saat ini, mahasiswa lebih suka berkumpul di kafe dan berbelanja di *online*, mengikuti tren terbaru seperti *smartphone* terbaru dan pakaian terbaru sementara tabungan sangat sedikit, sehingga diperlukan *locus of control* agar dapat mengontrol sifat konsumtif (Miranda et al., 2024). Menurut (Dilasari et al., 2021) menunjukkan hasil bahwa *locus of control* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang artinya jika mempunyai *locus of control* yang semakin tinggi maka perilaku konsumtifnya akan menurun. Studi ini dilakukan pada generasi milenial di Kota subang. Sejalan dengan (Joel et al., 2024) yang menyatakan hasil yang sama, studi penelitian dilakukan pada mahasiswa di DIY yang mana jika mahasiswa memiliki pengendalian diri yang besar maka gaya hidup konsumtifnya akan semakin kecil. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan adalah:
H2: *Locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi *Fintech payment* terhadap Perilaku Konsumtif

Pemahaman literasi keuangan yang baik mampu memberikan manfaat yang lebih bagi pengguna *financial technology* yang memungkinkan untuk pemanfaatan *fintech* dengan bijak. Penelitian yang dilakukan oleh (Litamahuputty et al., 2024) meneliti moderasi literasi keuangan pada hubungan antara *fintech payment* dan perilaku konsumtif. Temuan penelitian ini memperkuat pentingnya literasi keuangan dalam membentuk sikap positif dan memungkinkan individu untuk secara efektif mengontrol perilaku berdasarkan pengetahuan dan informasi. Akibatnya, literasi keuangan dapat membantu individu terhindar dari kerugian yang terkait dengan perilaku konsumtif dan potensi kerugian lain yang berasal dari penggunaan pembayaran finansial. Sejalan dengan penelitian (Widari niti et al., 2023) yang melakukan penelitian tentang dampak moderasi dari literasi keuangan terhadap *fintech payment* khususnya *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan bisa memperkuat penurunan perilaku konsumtif Generasi Z di Denpasar. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan adalah:

H3: Literasi keuangan memoderasi dengan memperlemah pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi *Locus of control* terhadap Perilaku Konsumtif

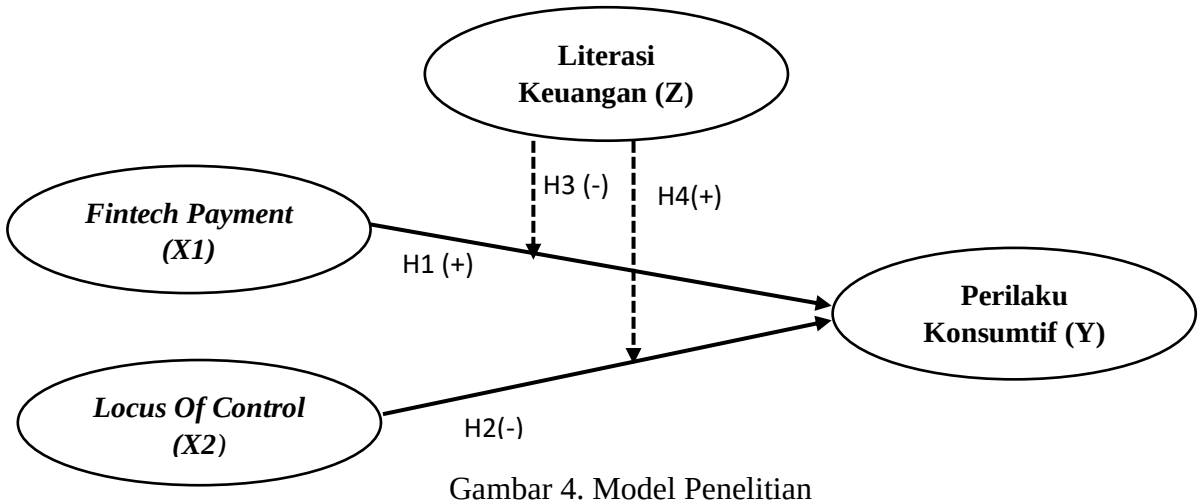
Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung akan mampu menguasai pengendalian pada dirinya untuk tidak berperilaku konsumtif. Individu akan memiliki rencana keuangan untuk masa depannya. Berbeda dengan yang memiliki literasi keuangan rendah, individu akan susah untuk mengontrol kendali dalam dirinya. Penelitian yang dilakukan oleh (Widari niti et al., 2023) yang meneliti tentang efek moderasi literasi keuangan pada *locus of control* terhadap perilaku konsumtif, menyatakan hasil penelitian bahwa semakin meningkat literasi keuangan menyebabkan semakin tinggi pengaruh *locus of control* internal yang membuat penurunan perilaku konsumtif. Studi ini dilakukan pada Generasi Z di Denpasar. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Mutlu & Özer, 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan memoderasi hubungan *locus of control internal* terhadap perilaku keuangan. Penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan mengubah hubungan antara *locus of control internal* dan perilaku keuangan. Meskipun tingkat tanggung jawab pribadi pada orang dengan *locus of control internal* tinggi, ketika literasi keuangan berperan, terdapat efek perlemahan pada perilaku keuangan karena fakta bahwa proses pengambilan keputusan keuangan menjadi lebih kompleks. Dari sudut pandang ini, kesimpulannya adalah bahwa individu dengan fokus pada kendali internal memiliki perilaku keuangan yang lebih akurat daripada individu dengan *locus of control* eksternal tetapi juga cenderung memburuk dalam perilaku keuangan ketika melek finansial. Ketika literasi keuangan ikut berperan, Pemahaman yang lebih baik mengenai risiko dan pengelolaan keuangan dapat membuat individu terlalu berhati-hati atau bahkan mengambil keputusan yang lebih berisiko untuk mengejar keuntungan maksimal. Kondisi ini dapat menyebabkan perilaku konsumtif secara tidak langsung, seperti investasi impulsif atau pengeluaran untuk kebutuhan yang tidak penting, terutama dalam upaya mengikuti tren keuangan.

Dengan demikian hipotesis keempat yang diajukan adalah:

H4: Literasi keuangan memoderasi dengan memperkuat pengaruh *locus of control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2.4 Model Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, dapat disusun skema model penelitian Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh *Fintech Payment* dan *Locus of Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebagai berikut:



Gambar 4. Model Penelitian
Sumber: dikembangkan untuk studi ini, 2024

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini objek yang diteliti yaitu seluruh mahasiswa aktif baik negeri maupun swasta, yang berdomisili di Kota Semarang. Informasi yang didapatkan pada tahun 2023 dan 2024 jumlah keseluruhan mahasiswa di Kota Semarang terdapat sekitar 317.165 mahasiswa yang menjadi populasi dalam penelitian ini (LLDIKTI VI dan PDDikti n.d.).

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki yang bisa mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan setiap anggota populasi peluang yang sama untuk terpilih. Metode yang digunakan adalah kombinasi antara *snowball sampling* dan *purposive sampling*.

Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan kriteria spesifik responden, sehingga hanya individu yang memenuhi kriteria tertentu yang dapat berpartisipasi dalam penelitian ini. Setelah responden awal teridentifikasi dan mengisi kuesioner, teknik *snowball sampling* diterapkan, di mana responden awal diminta untuk merekomendasikan individu lain yang memiliki karakteristik serupa agar turut serta dalam penelitian ini.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun dalam bentuk *Google Form* untuk mempermudah proses distribusi dan pengisian. Kuesioner ini awalnya disebarkan kepada responden yang telah dikenal atau memiliki keterkaitan dengan peneliti, kemudian responden tersebut diminta untuk membagikan tautan kuesioner kepada individu lain yang memenuhi kriteria penelitian. Dengan metode ini, diharapkan data yang terkumpul dapat mencerminkan populasi yang ditargetkan secara lebih luas dan relevan dengan topik penelitian. Adapun kriteria-kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa jenjang studi D3/D4/S1 angkatan 2021-2024 yang berdomisili di Kota Semarang.
2. Pengguna *fintech payment* seperti *e-wallet* dan *mobile banking*.
3. Dalam 1 bulan setidaknya menggunakan *fintech payment* 1 kali.

Sedangkan untuk perhitungan sampel menggunakan rumus *slovin*, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (1)$$

Keterangan:
n = jumlah sampel
N= total populasi = 317.165
e= nilai kritis atau batas toleransi kesalahan = 10%

Diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{317.165}{1+317.165(0,1)^2}$$

$$n = 99,97$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 99,97 atau dibulatkan menjadi 100 responden. Namun, setelah kuesioner disebar, jumlah data yang berhasil dikumpulkan oleh responden yang memenuhi kriteria hanya sebanyak 97 Mahasiswa. Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan 97 responden. Untuk pengukuran data dalam penelitian menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 kriteria yaitu: (1) Sangat tidak setuju, (2) Tidak Setuju (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat setuju (Sugiyono, 2017).

3.3 Variabel Penelitian

Penelitian ini terdapat variabel dependen, independen, dan variabel moderasi. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Variabel independen adalah variabel yang dapat memengaruhi munculnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu *fintech payment*, dan *locus of control*. Sedangkan variabel moderasi adalah variabel yang memengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara variabel independen dan dependen.. Dalam penelitian ini variabel moderasinya yaitu literasi keuangan.

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Skala	Indikator
Fintech payment (x1)	*Fintech payment* yaitu sistem keuangan yang berfokus pada pembayaran secara digital dengan menggunakan aplikasi tertentu termasuk *E-Wallet dan Mobile Banking*. (Pajrin Mukti et al., 2023)	likert	1. Kepercayaan 2. Kemudahan 3. Kegunaan (Pajrin Mukti et al., 2023)
Locus of control (x2)	*Locus of control* merupakan suatu keyakinan yang dimiliki individu mengenai besarnya kendali yang dimilikinya terhadap kejadian-kejadian dalam kehidupan pribadinya. (Joel et al., 2023)	likert	*Locus of control internal* 1. Kemampuan 2. Minat 3. Usaha *Locus of control Eksternal* 1. Nasib 2. Keberuntungan 3. Sosial ekonomi 4. Pengaruh orang lain ((Andriani et al., 2023)
Literasi Keuangan (Z)	Literasi keuangan adalah kemampuan untuk menggunakan informasi yang diperoleh untuk membuat keputusan yang efektif tentang penggunaan dan pengelolaan keuangan. (Amaniyah & Sholeha, 2024)	likert	1. Pengetahuan Umum Tentang Keuangan 2. Tabungan dan Pinjaman 3. Investasi 4. Asuransi (Pratama & Oktapiani, 2023)
Perilaku Konsumtif (y)	Perilaku konsumtif mengacu pada keinginan seseorang untuk membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan tetapi berdasarkan emosional atau sosial. (Aulia, 2024)	likert	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

			4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model mengiklankan 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). (Dilasari et al., 2021)

Sumber: dari berbagai penelitian, 2024

3.4 Alat Analisis

Untuk analisis data penelitian ini, metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varians digunakan, yang dibantu oleh perangkat lunak *Smart PLS (Partial Least Squares)* versi 4.0. Metode ini dipilih karena tidak memerlukan data berdistribusi normal dan mampu menguji hubungan antar variabel laten dengan jumlah sampel yang tidak terlalu besar. Metode deskriptif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lengkap dan tepat tentang tujuan penelitian. Dalam kasus ini, skala likert 5 digunakan. Analisis data *Partial Least Square* SEM adalah jenis analisis yang digunakan untuk membuat teori yang sudah ada atau memprediksinya (Sarwono & Narimawati, 2015).

3.4.1 Model Pengukuran *Outer Model*

Menurut (Ghozali & Latan, 2020) *outer model* dikenal juga *outer relation* atau *measurement model* yaitu menjelaskan bagaimana indikator berhubungan dengan variabel latennya. Analisis ini untuk meyakinkan bahwa *measurement* yang dipakai memiliki reliabilitas dan validitas yang baik, dengan pengujian sebagai berikut:

Convergent Validity

Menurut (Ghozali & Latan, 2020) pengukuran dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan korelasi antara skor item atau komponen dengan skor konstruk. Ukuran refleksif individual dianggap tinggi jika korelasi lebih dari 0.70. Namun, untuk studi tahap awal skala dengan nilai 0,50 hingga 0,60 dianggap cukup ((Hair et al., 2010 dalam (Ayu Sudaryati & Ayu Wulandari, 2023)).

Discriminant Validity

Nilai yang didasarkan pada *cross loading* dengan konstruk. Apabila korelasi konstruk pada item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menandakan konstruk laten lebih baik memprediksi ukuran blok daripada lainnya. Metode tambahan adalah dengan membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk dengan hubungannya dengan konstruk lain dalam model. Reliabilitas skor komponen variabel laten dan hasilnya dapat diukur dengan pengukuran ini, yang lebih konservatif dibandingkan dengan reliabilitas komposit (PC). Nilai AVE yang disarankan > 0.50 (Ghozali & Latan, 2020).

Composite Reliability & Cronbach Alpha

Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang dianggap reliabel adalah yang lebih dari 0.70, yang menunjukkan konsistensi internal antar indikator dalam mengukur konstruk yang sama (Ghozali & Latan, 2020).

3.4.2 Uji Struktural Model atau *Inner Model*

Inner model atau yang biasa disebut *innererelation model*, yaitu model yang memaparkan hubungan antar variabel laten dengan berdasarkan pada teori substantif. Rumusan masalah atau hipotesis penelitian didasarkan pada desain model struktural hubungan antar variabel laten. Estimasi dapat dilakukan melalui berbagai langkah dalam evaluasi model ini (Ghozali & Latan, 2020).

***R-Square* (R^2)**

Nilai *R-Square* adalah proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) dan variabel yang memengaruhi (eksogen). Menurut (Chin, 1998), nilai *R-Square* dianggap kuat jika > 0,67, moderat jika > 0,33, dan lemah jika > 0,19.

***Q-Square Predictive Relevance* (Q^2)**

Parameter yang digunakan untuk menentukan apakah model memiliki relevansi prediktif atau tidak. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif, sedangkan nilai Q^2 yang lebih rendah dari 0 menunjukkan bahwa model tidak memiliki relevansi prediktif (Ghozali & Latan, 2020).

***F-Square effect size* (F^2)**

F-square dipakai untuk melihat seberapa besar pengaruh yang terjadi dari variabel yang diuji. Menurut (Chin, 1998) jika nilai *F square* 0,02 maka menunjukkan pengaruh yang lemah, 0,15 sedang dan 0,35 menunjukkan pengaruh kuat.

Goodness of Fit

Uji goodness of fit digunakan untuk mengetahui kebaikan dari model jalur yang dibangun dengan melihat *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR). Model persamaan struktural dapat dikatakan fit jika nilai SRMR <0,10 (Ghozali & Latan, 2020).

3.4.3 Pengujian Hipotesis

Model *bootstrapping* dapat digunakan untuk menguji hipotesis. Nilai T statistik untuk setiap hubungan atau jalur akan ditemukan dari penghitungan *bootstrapping*. Karena arah hubungan antar variabel sudah jelas pada hipotesis, pengujian satu arah (*1-tailed*) digunakan. Dengan pengujian satu arah, nilai t-statistik harus di atas 1,64. Selain itu, nilai signifikansi dianggap signifikan jika di bawah 0,05 (Abdillah et al., 2020).