

## Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Jakarta

Nabilla Ekariyana Mursita<sup>1</sup>, Karuniana Dianta A. Sebayang<sup>2</sup>, Agus Wibowo<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

E-mail: [nabillaekariyana@gmail.com](mailto:nabillaekariyana@gmail.com)<sup>1</sup>, [dianta.sebayang@unj.ac.id](mailto:dianta.sebayang@unj.ac.id)<sup>2</sup>, [agus-wibowo@unj.ac.id](mailto:agus-wibowo@unj.ac.id)<sup>3</sup>

### Article History:

Received: 04 Juni 2024

Revised: 16 Juni 2024

Accepted: 18 Juni 2024

### Keywords: Literasi

Keuangan, Penggunaan

Digital Payment, Perilaku

Konsumtif

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di DKI Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Metode pengambilan data dengan metode kuesioner. Data setelah dikumpulkan kemudian di olah menggunakan alat bantu SPSS Versi 25. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji prasyarat analisis dan analisis jalur. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan digital payment terhadap perilaku menabung, (3) Tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap penggunaan digital payment, (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan dimediasi oleh penggunaan digital payment.

## PENDAHULUAN

Sebagai makhluk hidup, manusia tidak dapat dipisahkan dari kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan demi keberlangsungan hidupnya. Menurut Badan Pusat Statistik, pada kuartal pertama tahun 2023, pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia meningkat sebesar 4,54% (yoy). Pertumbuhan ini lebih tinggi 0,06% dibandingkan dengan pertumbuhan 4,48% (yoy) pada triwulan sebelumnya (Rizaty, 2023). Meningkatnya kondisi perekonomian secara makro mendorong para konsumen untuk meningkatkan tingkat konsumsinya. Manusia akan selalu meningkatkan porsi keinginan atau konsumsi mereka dibandingkan dengan peningkatan dari pendapatannya. Semakin tinggi kebutuhan seseorang, maka semakin bertambahnya konsumsi seseorang. Perilaku konsumsi yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok, merupakan dasar bagi keputusan mereka untuk menggunakan barang ataupun jasa. Seperti yang kita ketahui, perilaku konsumsi ini membentuk dasar keputusan konsumen untuk membeli barang. Kegiatan konsumsi yang dimiliki oleh setiap orang tentunya berbeda-beda. Pada dasarnya, manusia tidak dapat terlepas dari kebutuhan hidupnya, bahkan merek cenderung tidak akan pernah merasa puas. Oleh karena itu, dalam upaya mencukupi kebutuhan mereka, manusia selalu berusaha untuk memenuhi keinginannya atau kebutuhannya. Tenriawaru et al., (2018)

mengatakan bahwa salah satu faktor yang diduga dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif adalah minimnya literasi keuangan. Kompleksitas masalah ekonomi di Indonesia menyebabkan masyarakat menyadari pentingnya memiliki literasi keuangan yang baik.

Literasi keuangan merupakan aspek penting yang harus dipahami yang akan berdampak terhadap pengelolaan keuangan atau keputusan keuangan seseorang. Aspek-aspek literasi keuangan yang membantu pengelolaan sumber daya keuangan yang efisien untuk kelangsungan hidup adalah keterampilan dan pengetahuan keuangan. Menurut Mubarokah dan Rio Rita (2020) jika seseorang kurang memiliki pengetahuan tentang keuangan, maka seseorang tersebut akan mengalami kerugian karena berperilaku boros dan konsumtif. Memiliki literasi keuangan diharapkan dapat mempengaruhi bagaimana seseorang mengelola uang mereka untuk mencapai keamanan finansial di masa depan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayufia Maharani (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan pada penelitian lain yang dilakukan oleh Zahra dan Anoraga (2021) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Transformasi digital yang terjadi saat ini membuat orang lebih mudah dalam menjalankan aktivitas dan memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini terlihat dari banyaknya platform digital yang membuat kegiatan sehari-hari menjadi lebih mudah. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada periode 2022-2023, terdapat 215,63 juta pengguna internet di Indonesia. Jumlah pengguna naik 2,67% dari periode sebelumnya, yaitu 210,03 juta pengguna. Salah satu alasan utama orang menggunakan internet, menurut survei APJII adalah untuk mengakses layanan keuangan yang mencapai 72,32% dari seluruh penggunaan (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023)). Sistem pembayaran dituntut untuk lebih cepat, efisien dan aman semakin berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu *digital payment* diciptakan sebagai sistem teknologi keuangan yang dapat mempermudah transaksi.

Menurut Musthofa et al., (2020) *digital payment* adalah pembayaran online yang dilakukan melalui penggunaan jaringan, perangkat lunak, dan akun virtual Selain lebih banyak digunakan dan lebih mudah digunakan, pembayaran digital dapat menawarkan keuntungan tambahan dengan menawarkan promosi yang menarik pelanggan untuk menggunakannya. Penggunaan internet sudah sangat luas siapapun bisa menggunakannya terutama pada generasi muda. Di zaman sekarang ini, masyarakat sepertinya tidak bisa lepas dari penggunaan pembayaran digital untuk kebutuhannya, seperti membeli makanan, minuman, pulsa, pakaian, membayar transportasi online, dan pembayaran lainnya. Promo-promo yang diberikan juga berhasil menggoda masyarakat terutama generasi muda untuk bertransaksi secara online yang tanpa disadari dapat mengarahkan mereka pada perilaku konsumtif. Contoh jenis *digital payment* adalah Transfer Bank, E-Wallet, Kartu Kredit, Rekening Bersama, PayPal, Kredit Tanpa Kartu, Debit, Q-Ris, Mobile Banking, Virtual Account, Bitcoin. Gopay, ShopeePay, OVO, Dana, Link Aja dan M-Banking merupakan aplikasi *digital payment* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Semua orang sangat diuntungkan dengan kemudahan melakukan pembayaran, termasuk Generasi Z, yang sering disebut sebagai "digital native" karena mereka dibesarkan di era digital. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995- 2010. Hasil sensus jumlah penduduk 2020 menurut generasi menyatakan bahwa jumlah generasi Z di DKI Jakarta sebanyak 2.297.094 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020). Namun seiring waktu berjalan, jumlah tersebut dapat berubah hingga kini. Berdasarkan fenomena tersebut dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Jakarta".

## LANDASAN TEORI

### Teori Pendukung

#### *Theory of Planned Behavior*

*Theory of Planned Behavior* ialah teori yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). *Theory of Planned Behavior* merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Terdapat tiga konsep dalam TPB yaitu: (1) Sikap, (2) Norma subjektif, (3) Kontrol perilaku. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang membentuk niat. *Theory of Planned Behavior* ialah teori yang digunakan untuk memprediksi perilaku manusia di semua bidang. Dalam penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Kaitan dengan *Theory of Planned Behavior* yaitu bahwa dengan memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka seseorang akan melakukan suatu perilaku yang terencana, dimana literasi keuangan merupakan faktor sosial yang dapat mempengaruhi keputusan keuangan yang diambil oleh seseorang.

#### *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model* dikemukakan oleh Davis (1985) yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Santi dan Erdani (2021) mengungkapkan dalam TAM terdapat empat konstruk, yaitu: (1) *Perceived usefulness*, (2) *Perceived ease of use*, (3) *Perceived credibility*, (4) *Social influence*. Di dalam proses penggunaan aplikasi, individu dapat memiliki pengaruh positif ataupun negatif yang dipengaruhi oleh minat perilaku individu itu sendiri. Perilaku penggunaan individu dipengaruhi oleh faktor yang terdapat pada variabel *Technology Acceptance Model (TAM)*.

### Konsep Variabel Penelitian

#### Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu dimana individu memperoleh dan mengonsumsi barang ataupun jasa secara irasional. Di era modern ini, banyak orang terjerumus dalam perilaku konsumtif, di mana mereka membeli barang atau jasa secara berlebihan sehingga tidak ada batas antara kebutuhan dan keinginan (Engel, 2018). Menurut Lestari (2021) perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa secara impulsif tanpa memikirkan kebutuhan dan manfaatnya, hanya demi memuaskan keinginan semata.

Berdasarkan dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu keinginan untuk melakukan konsumsi yang berlebihan, lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak memiliki skala prioritas. Dengan begitu perilaku konsumtif ini dapat menyebabkan tindakan konsumsi yang tidak rasional.

#### Literasi Keuangan

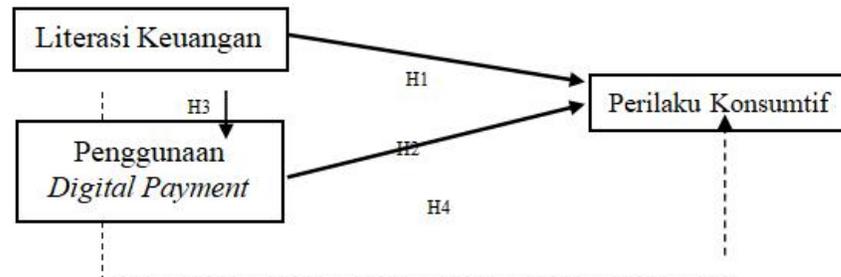
Literasi dapat berarti kemampuan untuk membaca dan menulis. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan seseorang tentang bagaimana mereka mengelola keuangan mereka sendiri dan bagaimana mereka membuat keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Menurut Jennah (2022) literasi keuangan mencakup pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, serta kemampuan, dorongan, dan keyakinan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana, meningkatkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat, dan menyesuaikan diri dengan kondisi perubahan dalam perekonomian.

#### Penggunaan *Digital Payment*

*Digital payment* dapat dikatakan sebagai alat transaksi pembayaran dengan memanfaatkan teknologi digital. Menurut Mutiara Karim (2023) *digital payment* yaitu suatu proses perpindahan dana secara digital dari satu rekening ke rekening lain melalui jaringan elektronik. Sistem ini

memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses, mengelola, dan memantau rekening bank serta transaksi mereka dari mana saja dan kapan saja.

### Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: diolah penulis (2023)

## METODE PENELITIAN

### Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini, subjek yang digunakan yaitu generasi Z yang berusia 17-26 tahun dan berdomisili di Jakarta. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang ditetapkan yaitu literasi keuangan, penggunaan *digital payment* dan perilaku konsumtif.

### Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metodologi kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner lalu melakukan pengolahan data. Metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu diterapkan metode deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan pada populasi generasi Z (usia 17-27 tahun) di Jakarta yang sudah memiliki penghasilan pribadi dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Penelitian ini dilakukan pada Februari hingga Maret 2024.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti yaitu Literasi Keuangan (X1) dengan 4 indikator, Penggunaan *Digital Payment* (X2) dengan 5 indikator dan Perilaku Konsumtif (Y) dengan 8 indikator. Skala yang digunakan yaitu menggunakan 2 skala berbeda, pada literasi keuangan menggunakan skala guttman dengan skor 1 jika Benar dan 0 jika salah, pada variabel penggunaan *digital payment* dan perilaku konsumtif menggunakan skala likert dengan tingkatan 1 yaitu sangat tidak setuju hingga 5 sangat setuju.

Uji kualitas data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Uji asumsi klasik pada penelitian ini mencakup uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah itu digunakan uji analisis jalur. Pada penelitian ini digunakan Microsoft Excel 2016 dan SPSS versi 25.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji coba kepada 60 responden terhadap butir pernyataan indikator literasi keuangan, penggunaan *digital payment* dan perilaku konsumtif untuk seluruh item dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel.

### Uji Realibilitas

**Tabel 1. Hasil Uji Reabilitas**

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Literasi Keuangan	0,425	14
Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0,836	15
Perilaku Konsumtif	0,907	16

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa semua item bersifat andal atau dinyatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

### Uji Normalitas

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,96719179
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,057
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil uji normalitas, didapat nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

### Uji Linearitas

**Tabel 3. Hasil Uji Linearitas**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Literasi Keuangan	Linearity	16,946	1	16,946	0,126	0,723
	Deviation from Linearity	413,924	5	82,785	0,616	0,688
Perilaku Konsumtif * Penggunaan <i>Digital Payment</i>	Linearity	3284,085	1	3284,085	29,860	0,000
	Deviation from Linearity	1620,951	25	64,838	0,590	0,930

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian, signifikansi deviation from linearity literasi keuangan dan penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,688 dan 0,930. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,101	0,116		0,868	0,388
Literasi Keuangan	-0,005	0,007	-0,076	-0,750	0,455
Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0,002	0,002	0,106	1,043	0,300

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil uji, nilai signifikan variabel independen 0,455 dan 0,300 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## Analisis Jalur

*Path analysis* atau analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi linier berganda untuk menaksir pengaruh kuualitas antara variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya sebelum teori.

**Tabel 5. Hasil Uji T Sub-Struktur I**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	32,834	7,182		4,354	.000
Literasi Keuangan	0,685	0,095	0,561	6,674	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan *Digital Payment*

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil output tersebut menyatakan, beta atau koefisien jalur pengaruh langsung literasi keuangan terhadap penggunaan *digital payment* adalah 0,561 dengan t hitung  $6,674 > t$  tabel (1,985) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya, literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap penggunaan *digital payment*.

**Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi Sub-Struktur I**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 <sup>a</sup>	0,310	0,302	6,93753

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan output tersebut, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,310. Hal ini mengandung arti bahwa besarnya pengaruh variabel literasi keuangan (X1) terhadap variabel penggunaan *digital payment* (X2) adalah sebesar 31% dan sisanya 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Jadi, nilai koefisien residual sebesar  $\epsilon_1 = 1 - R^2 = 1 - 0,310 = 0,69$ .

Tabel 7. Hasil Uji T Sub-Struktur II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	35,334	5,765		
Literasi Keuangan	-0,407	0,80	-0,463	-5,174	0,000
Penggunaan <i>Digital Payment</i>	0,886	0,151	0,515	6,879	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan output SPSS uji T, terlihat pada variabel Literasi Keuangan (X1) diperoleh nilai sig.  $0,000 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan untuk diperoleh nilai variabel Penggunaan *Digital Payment* (X2) diperoleh nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan *digital payment* berpengaruh langsung terhadap variabel perilaku konsumtif.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 <sup>a</sup>	0,264	0,249	15,10385

a. Predictors: (Constant), Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan output tersebut, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,264. Hal ini mengandung arti bahwa besarnya pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y adalah sebesar 26,4% dan sisanya 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka nilai koefisien residual sebesar  $\epsilon^2 = 1 - R^2 = 1 - 0,264 = 0,736$ .

### Uji Mediasi (Uji Sobel)

Uji sobel dilakukan untuk menentukan signifikansi pengaruh antar variabel mediasi. Nilai zaabsolut sebesar 1,96 yang akan dibandingkan dengan  $Z_{hitung}$ . Jika  $Z_{hitung} > zaabsolut$  maka terdapat pengaruh mediasi. Begitupun sebaliknya, jika  $Z_{hitung} < zaabsolut$  maka tidak ada pengaruh antar variabel mediasi. Berikut hasil uji sobel pada penelitian ini:

Input:	Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a 0.685	Sobel test: 4.55110693	0.13335437	0.00000534
b 0.886	Aroian test: 4.52500189	0.1341237	0.00000604
s <sub>a</sub> 0.095	Goodman test: 4.57766906	0.13258058	0.0000047
s <sub>b</sub> 0.151	Reset all	Calculate	

Gambar 2. Hasil Statistik Uji Sobel

Sumber: Hasil Olah *Sobel Test Calculate* (2024)

Berdasarkan hasil uji sobel diatas menunjukkan bahwa p-value sebesar  $0,00000534 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan digital payment dapat memediasi

variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Lalu, pada test statistic uji sobel diperoleh nilai  $4,55110693 > 1,96$  yang artinya bahwa  $Z_{hitung} > Z_{absolut}$ , maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *digital payment*.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien literasi keuangan sebesar  $-0,407 < t$  tabel yang berarti literasi keuangan berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$  yang artinya literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan individu maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti bahwa ketika generasi Z memiliki pemahaman yang baik akan pengelolaan keuangan maka tingkat perilaku konsumtif generasi Z akan semakin menurun. Hal ini dikarenakan generasi Z sudah semakin rasional dalam menggunakan uangnya. Sebaliknya, jika generasi Z belum memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan mereka akan cenderung melakukan perilaku konsumtif yaitu menggunakan keuangan secara irasional dengan membelanjakan atau mengonsumsi sesuatu sesuai keinginan tidak sesuai dengan kebutuhannya. Temuan hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Puspitasari & Indrarini (2021) bahwa kemudahan transaksi menggunakan *digital payment* menyebabkan masyarakat lebih banyak menggunakan uangnya dalam mengonsumsi barang untuk memenuhi keinginan dan kepuasan saja bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, hal tersebut yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat terutama generasi Z dalam penelitian ini

### **Pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif**

Berdasarkan data yang diolah, variabel Penggunaan *Digital Payment* (X2) memperoleh nilai koefisien sebesar  $5,879 > t$  tabel (1,985) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di DKI Jakarta. Variabel *digital payment* diukur dengan menggunakan indikator kemudahan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, kredibilitas yang dirasakan dan pengaruh sosial. Kemajuan teknologi mempengaruhi perkembangan dalam bidang sistem pembayaran. Sistem pembayaran yang sering digunakan masyarakat saat ini terutama generasi Z yaitu sistem pembayaran digital (E-wallet, transfer bank, Q-RIS, kartu kredit, paypal). Semakin meningkatnya kemajuan teknologi maka semakin meningkat pula kebutuhan dan keinginan konsumen yang dapat membuat seseorang berperilaku konsumtif. Dengan adanya pembayaran digital maka memudahkan seseorang melakukan segala jenis transaksi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan dapat mendorong seseorang menjadi konsumtif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Karim (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mahir dalam menggunakan *digital payment*.

### **Pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *digital payment***

Berdasarkan hasil output uji hipotesis diperoleh koefisien jalur pengaruh langsung literasi keuangan terhadap penggunaan *digital payment* adalah  $0,561$  dengan  $t$  hitung  $6,674 > t$  tabel (1,985) dan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dan penggunaan *digital payment*. Literasi keuangan merupakan pemahaman

seseorang mengenai pengelolaan keuangan. Dalam penelitian ini, tingkat literasi keuangan mempengaruhi penggunaan *digital payment* pada generasi Z. Penggunaan digital payment di Indonesia semakin marak dalam beberapa tahun terakhir. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik dapat membuat masyarakat lebih memahami dan bijak dalam menggunakan produk dan layanan keuangan terutama pada generasi Z yang sudah terbiasa dalam penggunaan teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Karim (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih bijak dalam berbelanja dan tidak mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan.

### **Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dimediasi oleh variabel penggunaan *digital payment***

Berdasarkan hasil uji sobel diatas menunjukkan bahwa p-value sebesar  $0,00000534 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan digital payment dapat memediasi variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Lalu, pada test statistic uji sobel diperoleh nilai  $4,55110693 > 1,96$  yang artinya bahwa  $Z_{hitung} > Z_{absolut}$ , maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *digital payment*. Penggunaan digital payment telah menjadi tren yang semakin marak di masyarakat, termasuk Indonesia. Kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi menjadi salah satu faktor utama pendorongnya. Namun, di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa digital payment dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan penting. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik maka dapat membantu individu dalam mengelola keuangan dengan bijak, termasuk dalam bertransaksi menggunakan *digital payment*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayufia Maharani (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan *electronic money* dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki generasi Z, maka akan mendorong mereka menggunakan *digital payment* secara rasional. Sebaliknya, generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang rendah maka cenderung menggunakan *digital payment* secara irasional dan berujung menimbulkan perilaku konsumtif.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pengolahan data dan juga hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap penggunaan *digital payment*.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan dimediasi oleh penggunaan *digital payment*.

## Saran

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian serupa, peneliti menyarankan agar lebih memperluas populasi penelitian tidak hanya di DKI Jakarta saja serta dapat meneliti faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti variabel yang telah digunakan, misalnya dengan melakukan wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih akurat dan bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melihat respon dari subjek penelitian lain.

## DAFTAR REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023, March 10). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id>.
- Ayufia Maharani, F. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Efektivitas Penggunaan Electronic Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Generasi dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020*. Jakarta.Bps.Go.Id.
- Engel, J. F. (2018). *Perilaku Konsumen Jilid I*. Bina Aksara Rupa.
- Jannah, H. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*.
- Kurnia, & Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29.
- Lestari, D. (2021). PENGARUH E-COMMERCE DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MAGETAN PENGGUNA APLIKASI ONLINE SHOP. *Skripsi*.
- Mubarakah, S., & Rio Rita, M. (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211–220. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci:, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 175–184.
- Oktavia, N. (2022). *Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di DKI Jakarta*.
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Rizaty, M. A. (2023). *Konsumsi Rumah Tangga Indonesia Tumbuh 4,54% pada Kuartal I/2023*. Data. <https://dataindonesia.id/ekonomi/detail/konsumsi-rumah-tangga-indonesia-tumbuh-454-pada-kuartal-i2023>
- Tenriawaru, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN KEPRIBADIAN NARSISTIK DAN FINANCIAL LITERACY DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA. *Jurnal Wacana*, 10(2).
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of lifestyle, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041.