

Pengaruh *Digital Payment* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Z Di Kota Palangka Raya

Rahma Juwita Aisya¹, Gea Exselsa², Joy Yonatan H Pijar³

^{1,2,3}Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

E-mail: rahmajuwitaaisya2@gmail.com¹, geaexselsa24@gmail.com², joyyonatanhpijar@gmail.com³

Article History:

Received: 08 Juni 2026

Revised: 10 Juni 2026

Accepted: 03 September 2026

Keywords: Digital Payment, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Self Control, Generasi Z

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh digital payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif yang dimoderasi oleh self control pada generasi z di Kota Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 123 responden generasi z di Kota Palangka Raya. Alat analisis yang digunakan Adalah Partial Least Squares Structural Equation Modeling (SEM-PLS) versi 4. Hasil menunjukkan bahwa: (1) Digital Payment berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif, (2) Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif, (3) Self Control tidak dapat memoderasi Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif, (4) Self Control tidak dapat memoderasi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan ini diharapkan menjadi referensi bagi pengembangan edukasi keuangan dan penguatan Self Control pada generasi z di masa mendatang.

PENDAHULUAN

Digitalisasi yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir ini telah mengubah ekonomi global, menggeser metode pembayaran konvensional menuju nontunai. Di Indonesia, hal ini didukung oleh infrastruktur teknologi finansial yang semakin maju. Berdasarkan Laporan Bank Indonesia 2025 yang dirilis oleh Bank Indonesia, (2025) penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) mencatatkan pertumbuhan volume transaksi tertinggi dibandingkan metode pembayaran lainnya, dengan jumlah pengguna menembus 59 juta orang. Data ini mengindikasikan bahwa adopsi pembayaran digital bukan lagi sekadar tren sesaat, melainkan telah menjadi fundamental baru dalam sistem transaksi ekonomi masyarakat Indonesia.

Generasi Z, sebagai kelompok demografi yang lahir di era teknologi (*digital natives*), menjadi segmen pengguna terbesar dalam adopsi teknologi pembayaran ini. Karakteristik Generasi Z yang menginginkan kecepatan dan kemudahan menjadikan mereka target utama layanan *digital payment*. Secara psikologis, penggunaan metode pembayaran non tunai dapat mereduksi *pain of paying* atau sensasi negatif saat mengeluarkan uang, karena fisik uang tidak terlihat berkurang secara langsung. Kondisi ini sering kali memicu perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membelanjakan uang barang atau jasa yang didasari oleh keinginan emosional

daripada kebutuhan fungsional, yang pada akhirnya mengganggu stabilitas keuangan individu.

Kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* menjadi katalisator utama dalam pola konsumsi modern. Fitur-fitur dari *e-wallet*, *mobile banking*, *paylater* telah mendisrupsi mekanisme kontrol diri seseorang dalam berbelanja. Dalam penelitian Abidzar et al., (2023) menegaskan bahwa dompet digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif karena kemudahannya membuat mahasiswa menjadi konsumen instan. Semakin mudah akses pembayaran, semakin rendah hambatan psikologis untuk melakukan transaksi impulsif, sehingga frekuensi belanja meningkat tanpa disadari.

Di tengah gempuran kemudahan transaksi, Literasi Keuangan seharusnya berperan sebagai mekanisme kontrol dalam keputusan ekonomi. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) literasi keuangan ialah kombinasi pengetahuan, kecakapan, dan keyakinan individu yang memengaruhi tindakan finansialnya guna meningkatkan mutu pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan. Secara teoritis, seseorang dengan literasi keuangan yang baik akan lebih rasional, mampu menyusun anggaran, dan menghindari utang konsumtif. Sebagaimana diungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki kemampuan krusial dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa, di mana pemahaman yang baik akan instrumen keuangan membantu individu membedakan prioritas pengeluaran (Sari et al., 2025).

Fenomena perubahan perilaku ekonomi akibat digitalisasi ini juga terpotret jelas di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Sebagai pusat pendidikan dan pemerintahan yang sedang berkembang pesat, Palangkaraya mengalami peningkatan penetrasi internet dan adopsi gaya hidup urban di kalangan mahasiswanya. Observasi lapangan menunjukkan menjamurnya *coffee shop*, pusat perbelanjaan, dan tingginya lalu lintas layanan pesan antar makanan *online* yang mayoritas transaksinya menggunakan QRIS atau dompet digital. Bagi Generasi Z di Palangka Raya, penggunaan *digital payment* bukan lagi sekadar opsi, melainkan kebutuhan gaya hidup untuk mendapatkan promo, *cashback*, dan efisiensi waktu.

Peningkatan penetrasi internet dan adopsi gaya hidup urban di Kota Palangka Raya telah mendorong perilaku konsumtif pada Generasi Z, yang didorong oleh kemudahan pembayaarn digital seperti QRIS dan *PayLater* yang sering kali menstimulasi pembelian impulsif. Fenomena ini diperparah oleh rendahnya Literasi Keuangan, di mana akses teknologi pembayaran yang canggih tidak dibarengi dengan pemahaman yang memadai mengenai perencanaan anggaran dan risiko utang. Ketimpangan antara kemudahan bertransaksi dan kemampuan pengelolaan keuangan inilah yang menjadi pendorong utama munculnya pola konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa dan pelajar di ibukota Kalimantan Tengah tersebut.

Asosiasi kausal antara variabel-variabel ini telah diselidiki dalam sejumlah penelitian sebelumnya, dengan hasil yang berbeda-beda. *Digital payment* memiliki dampak yang menguntungkan pada perilaku konsumtif, namun literasi keuangan memiliki dampak negatif, menurut penelitian yang dilakukan pada Generasi Z di Jakarta Mursita et al., (2024), Ariwangsa & Jayanatha, (2023) di Denpasar dan Susilowati et al., (2025) di Yogyakarta juga mengamati hasil serupa, menyimpulkan bahwa pola konsumsi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan dan penggunaan dompet digital secara bersamaan. Hal ini menunjukkan konsistensi teori bahwa teknologi mempercepat konsumsi, sementara literasi berpotensi menghambatnya.

Meskipun banyak penelitian mendukung teori di atas, terdapat *research gap* atau kesenjangan hasil yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya mengenai efektivitas literasi keuangan. Penelitian terbaru oleh Hadji et al., (2025) yang dilakukan di Manado menemukan fakta yang kontradiktif, yaitu literasi keuangan siswa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mereka, sedangkan penggunaan digital payment memiliki

pengaruh yang paling besar. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam kondisi tertentu, tingginya pengetahuan keuangan seseorang bisa saja kalah oleh desakan gaya hidup dan kemudahan teknologi yang begitu masif. Inkonsistensi hasil antara penelitian Mursita et al., (2024) yang berkorelasi negatif, dengan Hadji et al., (2025) yang menyatakan tidak berpengaruh, menjadi landasan kuat mengapa variabel ini perlu diuji kembali.

Berdasarkan adanya inkonsistensi tersebut, peneliti menduga terdapat variabel psikologis internal yang turut memengaruhi kekuatan hubungan antar variabel tersebut. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, faktor penentu niat individu juga sangat bergantung pada kontrol diri yang dirasakan. Oleh karena itu, *Self Control* (kontrol diri) dimasukkan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini. *Self control* diasumsikan dapat memperlemah pengaruh negatif dari kemudahan digital payment terhadap perilaku konsumtif, dan memperkuat kemampuan literasi keuangan dalam menekan impuls berbelanja. Dengan adanya *self control* yang baik, mahasiswa Generasi Z diharapkan mampu menerapkan literasi keuangan mereka secara nyata untuk menahan godaan fitur *digital payment*.

Selain kesenjangan hasil, terdapat pula kesenjangan lokasi (*geographical gap*). Mayoritas penelitian yang sebelumnya (seperti Mursita et al., 2024 & Sari et al., 2025) berfokus pada responden di Pulau Jawa (Jakarta dan Surakarta). Dinamika ekonomi, infrastruktur digital, dan budaya konsumsi masyarakat di kota berkembang di Kalimantan, seperti Palangkaraya, memiliki karakteristik unik yang mungkin berbeda dengan kota metropolitan di Jawa. Penelitian dari Aini et al., (2026) bahkan menyarankan perlunya melihat variabel gaya hidup, namun penelitian ini akan memfokuskan kembali pada hubungan fundamental X1 dan X2 dan Z terhadap Y untuk menguji konsistensi teori di demografi yang berbeda.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat tahun 2025 merupakan momentum akselerasi digital di Indonesia. Jika perilaku konsumtif Generasi Z di Palangkaraya tidak dianalisis, dikhawatirkan akan muncul generasi yang rentan secara finansial (*financial fragility*), tidak memiliki aset masa depan, dan terjebak dalam siklus utang konsumtif akibat penyalahgunaan *digital payment*. Memahami interaksi antara kemudahan teknologi, literasi keuangan, dan kekuatan kontrol diri sangat penting bagi pemangku kebijakan pendidikan dan institusi keuangan di Palangkaraya.

Berdasarkan paparan masalah dan kesenjangan di atas, penelitian fokus pada pendekatan kuantitatif untuk mengukur seberapa besar hubungan antara *digital payment* dan tingkat literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, serta bagaimana *self control* memoderasinya. Penelitian ini menempatkan Generasi Z di Kota Palangka Raya sebagai subjek penelitian karena posisi strategis mereka sebagai penentu tren pasar saat ini dan pemimpin ekonomi masa depan. Analisis akan dilakukan untuk melihat variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumsi mereka. Atas dasar fenomena dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk menguji "Pengaruh *Digital Payment* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z di Kota Palangka Raya". Penelitian ini diharapkan mampu mengisi kesenjangan mengenai ketidakkonsistenan pengaruh literasi keuangan yang ditemukan oleh Hadji et al., (2025) serta memberikan bukti empiris baru dari perspektif kota di luar Pulau Jawa.

LANDASAN TEORI

Digital Payment

Digital Payment merupakan suatu pembayaran elektronik yang memungkinkan seseorang melakukan bertransaksi dengan praktis, cepat, dan aman melalui perangkat teknologi tanpa

menggunakan uang *cash* dalam transaksinya. Menurut Mursita et al., 2024, *Digital Payment* merupakan metode pembayaran yang menggeser ekosistem tunai menjadi nontunai dengan memanfaatkan teknologi finansial untuk mempercepat proses transaksi. Penggunaan teknologi ini tidak sekadar alat bayar, namun telah menjadi hal baru dalam sistem ekonomi yang menawarkan efisiensi waktu dan fleksibilitas (Hadji et al., 2025). Sesuai dengan Aini et al., (2026) yang menyatakan *Digital Payment* adalah instrumen yang mendisrupsi mekanisme pembayaran konvensional melalui fitur-fitur antara lain *e-wallet*, *mobile banking*, dan QRIS yang menstimulasi gaya hidup modern. Menurut Andriani et al., (2023) indikator *digital payment* yaitu kemudahan penggunaan dan keamanan dan kepercayaan.

H1: *Digital Payment* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif generasi Z di Kota Palangka Raya.

Literasi Keuangan

Literasi Keuangan ialah kemampuan dan pemahaman orang untuk mengelola uang, membuat keputusan keuangan yang bijaksana, dan mencapai stabilitas keuangan melalui konsep ekonomi yang kuat dikenal sebagai literasi keuangan. Sari et al., (2025) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan upaya untuk meningkatkan kualitas keputusan keuangan. Di tengah ledakan kemudahan transaksi, keterampilan ini menjadi mekanisme pengendalian yang penting bagi orang-orang untuk menghindari perangkap utang dan membangun anggaran yang efisien (Abidzar et al., 2023). Perkasa et al., (2024) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan, keterampilan manajemen keuangan, sikap keuangan, perilaku keuangan, dan kepercayaan diri finansial merupakan indikasi literasi keuangan.

H2: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif generasi Z di kota Palangka Raya.

Perilaku Konsumtif

Menurut Abidzar et al., (2023) perilaku konsumtif adalah keinginan untuk menghabiskan uang pada barang atau jasa semata-mata berdasarkan keinginan emosional daripada kebutuhan fungsional. Perilaku konsumtif adalah tindakan individu dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berlebihan, didorong oleh keinginan emosional dan kemudahan akses, bukan karena kebutuhan mendesak akan manfaat produk tersebut.. Kecenderungan mengonsumsi ini sering kali dipicu oleh sensasi psikologis di mana individu kehilangan kontrol diri akibat kemudahan akses transaksi yang mereduksi rasa bersalah saat mengeluarkan uang (Ariwangsa & Jayanatha, 2023). Menurut Rohmah et al., (2024) perilaku konsumtif dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu Tindakan pembelian impulsif, pengambilan Keputusan yang tidak rasional, serta kecenderungan pemborosan.

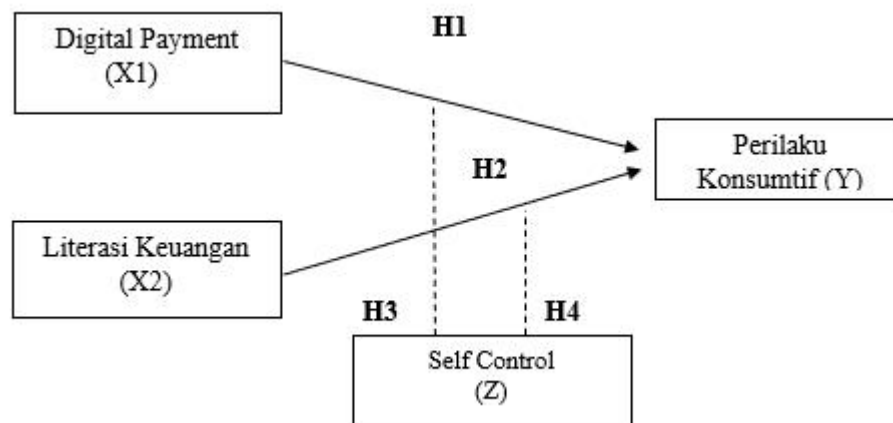
Self Control

Menurut Alshebami & Aldhyani, (2022) menyatakan bahwa kontrol diri berperan penting dalam mengatur perilaku keuangan seseorang, terutama dalam menahan keinginan untuk melakukan pembelian impulsif serta membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional. Adapun indikator dalam menentukan *self control* yaitu kemampuan

mengendalikan keinginan membeli, kemampuan menunda pembelian, kemampuan mengatur pengeluaran, kemampuan mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, kemampuan menghindari pembelian impulsive.

H3: *Self Control* memoderasi *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif generasi Z di kota Palangka Raya.

H4: *Self Control* memoderasi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif generasi Z di kota Palangka Raya.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

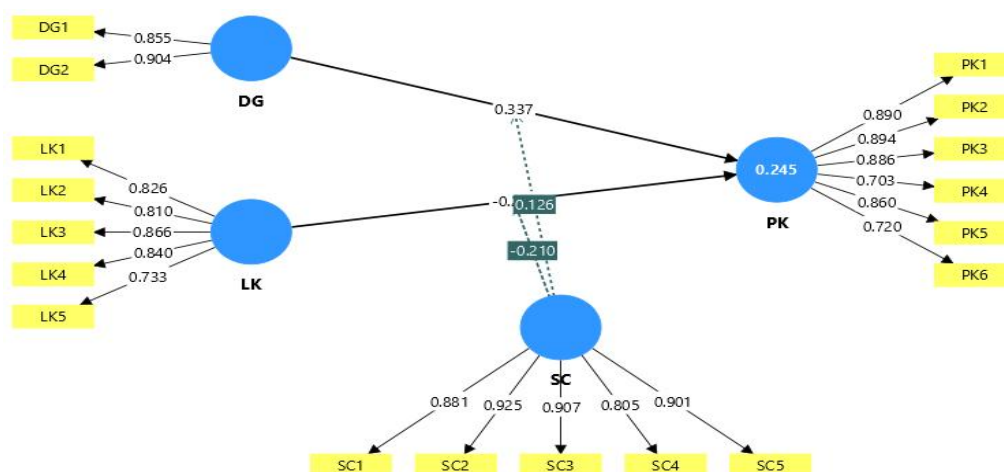
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner untuk menyelidiki dampak literasi keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif, yang dimoderasi oleh *self control*. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk menggunakan data dan analisis numerik guna menyelidiki secara empirik korelasi antar variabel. Structural Equation Modeling (SEM-PLS) versi 4.0 digunakan untuk analisis.

Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Pelaksanaan penelitian ini akan berlangsung selama 4 bulan, mulai dari penyusunan hingga analisis data. Populasi penelitian ini mencakup seluruh generasi Z di Kota Palangka Raya usia antara 14 sampai 29 tahun. Sumber resmi dari DISDUKCAPIL (2025) Kota Palangka Raya, jumlah generasi z di Kota Palangka Raya mencapai 69.224. Metode pemilihan sampel diterapkan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut 1) Masyarakat generasi z berusia 17 hingga 29 tahun; 2) Berdomisili di Kota Palangka Raya; 3) Menggunakan Layanan pembayaran digital; 4) Memiliki Penghasilan. Sehingga jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk populasi generasi Z di kota Palangka Raya yaitu 123 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model

Untuk mengetahui uji validitas dan reliabilitas, terlebih dahulu membuat gambar outer.



Sumber: output SMARTPLS, 2026

Gambar 2. Graphical Output Outer Model

1. Uji Validitas

Hasil nilai output validitas diskriminan (*cross loading*) ditampilkan pada tabel berikut ini.

Tabel. 1 Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

Variabel	DG <i>Digital Payment</i>	LK <i>Literasi Keuangan</i>	PK <i>Perilaku Konsumtif</i>	SC <i>Self Control</i>
DG 1	0,855	0,525	0,160	0,208
DG2	0,904	0,445	0,193	0,063
LK 1	0,499	0,826	-0,117	0,253
LK 2	0,489	0,810	-0,097	0,244
LK 3	0,483	0,866	-0,108	0,339
LK 4	0,396	0,840	-0,136	0,340
LK 5	0,366	0,733	-0,086	0,257
PK 1	0,199	-0,104	0,890	-0,243
PK 2	0,228	-0,121	0,894	-0,329
PK 3	0,177	-0,112	0,886	-0,255
PK 4	0,093	-0,052	0,703	-0,098
PK 5	0,109	-0,192	0,860	-0,339
PK 6	0,175	-0,030	0,720	-0,047
SC 1	0,114	0,337	-0,270	0,881
SC 2	0,088	0,309	-0,305	0,925
SC 3	0,175	0,346	-0,276	0,907
SC 4	0,143	0,260	-0,212	0,805
SC 5	0,136	0,312	-0,239	0,901

Sumber: table dibuat oleh penulis dari SmartPLS, 2026

Tabel 1 menunjukkan hasil dari semua variabel dinilai memiliki *cross loading* yang tinggi > 0,7. Ini menunjukkan bahwa semua indikator dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliability

Evaluasi Uji reliabilitas konstruk, dilakukan untuk membuktikan konsistensi variabel. Dalam penelitian nilai yang digunakan yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $\geq 0,7$ agar instrumen dinyatakan reliabel (Khairani et al., 2025; Diah et al., 2026).

Tabel. 2 Konstruk Reliability

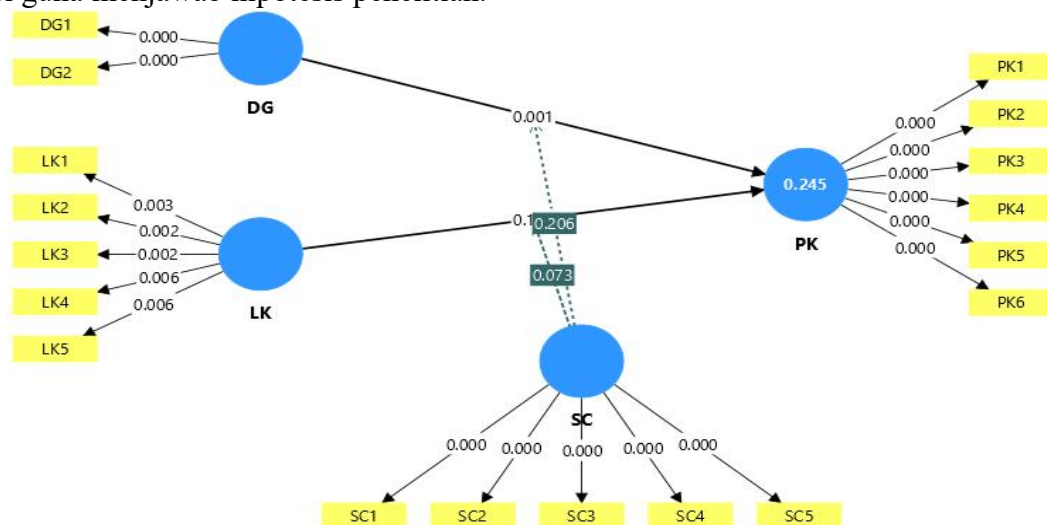
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Digita payment	0,710	0,728	0,873	0,774
Literasi keuangan	0,875	0,890	0,909	0,666
Perilaku konsumtif	0,911	0,952	0,929	0,688

Sumber: table dibuat oleh penulis dari SmartPLS, 2026

Adapun hasilnya menunjukkan setiap konstruk memenuhi persyaratan keandalan. Rentang untuk *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE masing-masing adalah 0,710 hingga 0,930, 0,873 hingga 0,947, dan 0,666 hingga 0,783.

Inner Model

Evaluasi *inner* model dilakukan untuk menganalisis prediksi model dan hubungan antar variabel guna menjawab hipotesis penelitian.



1. R-Square

Sejauh mana variabel *Digital Payment* dan *Literasi Keuangan* menjelaskan variasi dalam variabel *Perilaku Konsumtif* ditentukan menggunakan nilai R-Square (R^2). Semakin besar nilai R^2 , maka model potensi yang dibangun semakin kuat.

Tabel. 3 Nilai R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Perilaku Konsumtif	0,245	0,213

Sumber: table dibuat oleh penulis dari SmartPLS, 2026

Berdasarkan hasil analisis, didapat nilai R-Square sebesar 0,245 artinya sebesar 24,5% variasi pada variabel perilaku konsumtif dijelaskan oleh variabel yang terdapat dalam penelitian, sedangkan sisanya sebesar 75,5% lainnya dijelaskan oleh faktor lainnya. Sementara itu, nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,213 menunjukkan bahwa setelah dilaksanakan penyesuaian terhadap variabel prediktor yang digunakan dalam model, kemampuan penjelasan model terhadap variabel PK berada pada angka 21,3%. Jumlah ini menggambarkan bahwa variabel ini menunjukkan prediksi yang relative moderat, namun tetap mampu menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengevaluasi nilai *t-statistic* $> 1,96$ dan nilai *p-value* $< 0,05$. Jika kriteria ini terpenuhi, maka pengaruh antar variabel dinyatakan signifikan (Nabila et al., 2025).

Tabel. 5 Hypotheses Result

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Ket
<i>Digital Payment</i> ->Perilaku Konsumtif	0,337	0,329	0,101	3,349	0,001	Diterima
Literasi keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0,271	-0,253	0,172	1,574	0,116	Ditolak
<i>Self Control</i> -> <i>Digital Payment</i> -> Perilaku Konsumtif	0,126	0,080	0,100	1,264	0,206	Ditolak
<i>Self Control</i> -> Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0,210	-0,160	0,118	1,790	0,073	Ditolak

Sumber: table dibuat oleh penulis dari SmartPLS, 2026

Adapun hasil data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis yang didapat dari 4 hipotesis yang diajukan 3 ditolak dan 1 diterima.

Pengaruh *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Adapun output analisis variabel Pembayaran Digital memiliki nilai P sebesar 0,001, T-statistic sebesar 3,349, dan nilai koefisien sebesar 0,337. Hipotesis pertama diterima karena nilai $T > 1,96$ dan nilai $P < 0,05$ menunjukkan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran tanpa tunai yang cepat dan nyaman (seperti e-wallet, QRIS, dan paylater) dapat

mendorong pembelian impulsif secara signifikan di kalangan Generasi Z di Kota Palangka Raya. Hasil ini sesuai dan didukung juga oleh penelitian Abidzar et al., (2023) yang menyatakan bahwa Dompot Digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif karena kemudahannya membuat individu menjadi konsumen instan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Adapun output analisis menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki nilai p sebesar 0,116, statistik t sebesar 1,574, dan nilai koefisien sebesar -0,271. Hipotesis kedua ditolak karena nilai T kurang dari 1,96 dan nilai p lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya kesadaran dan pengetahuan keuangan Hasil ini sejalan dengan dan diperkuat oleh individu bisa saja kalah oleh desakan gaya hidup urban dan gempurnya adopsi tren sosial. Hasil ini sesuai dan didukung oleh penelitian Hadji et al., (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena kemudahan teknologi memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan pemahaman finansial semata.

***Self Control* memoderasi Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z**

Adapun output pengujian, variabel moderasi *self control* dalam hubungan antara Pembayaran Digital dan Perilaku Konsumtif memiliki nilai koefisien sebesar 0,126, nilai statistik T sebesar 1,264, dan nilai P sebesar 0,206, menurut hasil uji. Hipotesis ketiga ditolak karena nilai $T < 1,96$ dan nilai $P > 0,05$ menunjukkan bahwa efek moderasi *self control* tidak signifikan. Hasil ini bertentangan dengan temuan studi (Hilwana et al., (2026) yang sebelumnya mengharapkan bahwa mereka yang memiliki *self control* yang baik akan menggunakan pembayaran digital dengan lebih sengaja. Penolakan ini menunjukkan bahwa mekanisme pengaturan diri mahasiswa dapat terganggu secara signifikan oleh daya tarik pembayaran digital.

***Self Control* memoderasi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z**

Adapun output pengujian, variabel *self control* memiliki nilai koefisien sebesar -0,210, nilai statistik T sebesar 1,790, dan nilai P sebesar 0,073 pada hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif. Hipotesis keempat ditolak karena pengaruh moderasi dari kontrol diri tidak signifikan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai $T < 1,96$ dan nilai $P > 0,05$. Hasil ini bertentangan dengan penelitian oleh Khairani et al., (2025) dan Sari et al., (2025) yang sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan akan jauh lebih efektif dalam mengelola pengeluaran jika disertai dengan kontrol diri yang dapat menahan kecenderungan impulsif. Ketidaksignifikanan ini memberikan informasi baru tentang bagaimana, dalam beberapa demografi,

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan analisis, perilaku konsumeris Generasi Z di Kota Palangka Raya terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh adopsi pembayaran digital. Menurut kondisi ini, orang cenderung mengeluarkan uang secara berlebihan jika mereka lebih sering menggunakan *digital payment*. Di sisi lain, belum terbukti bahwa literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumeris. Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan seseorang tidak selalu perlu digunakan secara optimal saat membuat keputusan pengeluaran sehari-hari. Selain itu, dampak literasi keuangan atau *digital payment* terhadap perilaku konsumtif belum terbukti dimoderasi oleh *self control*. Secara teoritis, penelitian ini

mendukung gagasan bahwa, jika dibandingkan dengan elemen psikologis seperti *self control* dan elemen kognitif seperti literasi keuangan, kemudahan *digital payment* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil-hasil ini, disarankan agar institusi pendidikan, pemerintah, dan penyedia layanan keuangan digital meningkatkan literasi manajemen keuangan dengan menekankan pengembangan praktik keuangan yang baik daripada hanya pemahaman teoretis. Disarankan agar peneliti di masa depan memasukkan faktor tambahan seperti gaya hidup, tekanan teman sebaya, sikap keuangan, atau pendapatan agar menghasilkan studi dengan kekuatan penjelasan yang lebih besar tentang kebiasaan konsumsi Generasi Z.

DAFTAR REFERENSI

- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot Digital dan Literasi Keuanan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII(7), 118–135.
- Aini, I. N., Sariwulan, T., Zahra, S. F. (2026). Pengaruh Digital Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 1830–1853.
- Alshebami, A, S. Aldhyani, T. H. H. (2022). The Interplay of Social Influence , Financial Literacy , and Saving Behaviour among Saudi Youth and the Moderating Effect of Self-Control. *Sustainabbility*, 14.
- Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniyah, Z. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal of Student Research*, 1(5), 192–212.
- Ariwangsa, I. G. N. O., & Jayanatha, G. B. S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Denpasar. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 11(3).
- Bank Indonesia. (2025). *Laporan Perekonomian Indonesia 2025*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Diah, A., Lestariningsih, P., & Su, S. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan , E-Money , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Cashless Society Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1148–1164.
- DISDUKCAPIL. (2025). *Dominasi Generasi Produktif Kota Palangka Raya*. Disdukcapil Palangka Raya.
- Hadji, A. R., Naukoko, A. T., & Tumangkeng, S. Y. L. (2025). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 25 Nomor 4 Bulan September 2025 PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 25 Nomor 4 Bulan September 2025. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 25(September), 51–61.
- Hilwana, A. A., Widyastuti, U., Noviarini, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later : Peran Moderasi Kontrol

-
- Diri pada Generasi Z. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 422–437.
- Khairani, N., Febiyani Lestari, D., Siddiqa, H. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap financial management behavior berbasis digital dengan mediasi self control (survey pada gen z di kabupaten tasikmalaya) 1-3). *NILAI Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 6(2).
- Mursita, N. E., Sebayang, K. D. A., Wibowo, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Jakarta. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5), 78–87. <https://journal-nusantara.com/index.php/EKOMA/article/view/3940/3144>
- Nabila, S., Trihudiyatmanto, M., & Efendi, B. (2025). Kontrol Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik, Gaya Hidup, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota Depok. *Jurnal Magisma*, XIII(1), 9–20.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan Masyarakat*. Jakarta: OJK.
- Perkasa, D. H., Purwanto, S., Ariani, M., Vitriani, N., & Parashakti, D. (2024). Literasi Keuangan Untuk Siswa SMKN 16 Jakarta Pusat. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 109–116.
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., & Hidayat, W. (2024). ONLINE PADA REMAJA THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON ONLINE SHOPPING ON TEENAGERS. *Jurnal Intelek Insan Cendika*, 1(4), 1199–1210.
- Sari, N. N., Takidah, E., Sumiati, A. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458.
- Susilowati, N., Febriana, N. H., Wiguna, I., Utami, G. P., & Mulyani, H. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*, 11(September), 105–114. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>