

Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup Hedonisme, dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Medan

Raymond Siagian^{1*}, Roni Parlindungan Sipahutar²

^{1,2} Sekolah Tinggi Manajemen Sukma Medan

*Email: raymondsiagianreal1@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 20-05-2026

Revision: 24-06-2026

Published: 24-06-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v3i4.424

ABSTRAK

Gaya hidup hedonistik memengaruhi kebiasaan belanja mahasiswa secara positif dan signifikan secara statistik. Karena pengaruh sosial dan variabel emosional mempunyai akibat dengan makin besar terhadap pilihan transaksi ketimbang yang logis, bahkan mahasiswa yang melek finansial pun tidak selalu dapat mengendalikan pengeluaran mereka. Kemajuan teknologi keuangan digital memudahkan transaksi mahasiswa, tetapi juga dapat mendorong belanja impulsif, terutama ketika dipadukan dengan gaya hidup hedonisme. Kebiasaan belanja mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta Medan dianalisis dalam kaitannya dengan tingkat pengetahuan keuangan digital, gaya hidup hedonistik, dan penggunaan e-wallet. Seratus siswa dinamis dipilih melalui pengambilan sampel acak untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, yang menggunakan metodologi kuantitatif asosiatif kausal. Informasi dikaji memakai pemodelan linier berganda pada SPSS 26 setelah diperoleh kuesioner skala likert. Variabel berikut terbukti memiliki pengaruh yang signifikan: gaya hidup hedonistik, literasi keuangan digital, dan penggunaan e-wallet. Ketiga faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pada saat yang bersamaan. Perilaku konsumtif mahasiswa lebih kuat dipengaruhi gaya hidup hedonisme daripada literasi keuangan digital dan penggunaan e-wallet.

Kata Kunci: Keberaksaraan Financial Digital, Pola Hidup Hedonisme, E-Wallet, Perbuatan Konsumtif, Mahasiswa

ABSTRACT

A hedonistic lifestyle positively and statistically significantly influences college students' spending habits. Because social influences and emotional variables have a greater impact on transaction choices than logical ones, even financially literate students cannot always control their spending. Advances in digital financial technology facilitate student transactions, but can also encourage impulsive spending, especially when combined with a hedonistic lifestyle. The spending habits of students at a private university in Medan were analyzed in relation to their level of digital financial knowledge, hedonistic lifestyle, and e-wallet usage. One hundred dynamic students were selected through random sampling to participate in this study, which used a causal associative quantitative methodology. Information was analyzed using multiple linear modeling in SPSS 26 after obtaining Likert-scale questionnaires. The following variables were

Acknowledgment

found to have a significant influence: hedonistic lifestyle, digital financial literacy, and e-wallet usage. All three factors significantly influenced purchasing decisions simultaneously. College students' consumptive behavior was more strongly influenced by a hedonistic lifestyle than by digital financial literacy and e-wallet usage.

Key word: *Digital Financial Literacy, Hedonistic Lifestyle, E-Wallet, Consumptive Behavior, Students*

Published by JIBEMA, ©2026. JIBEMA is in charge of selection and/or peer review.

PENDAHULUAN

Dizaman digital saat sekarang, perilaku konsumtif mahasiswa semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi keuangan dan perubahan pola hidup. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan membelanjakan uang secara berlebihan untuk memenuhi keinginan non-primer yang mengabaikan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat (Lusardi & Mitchell, 2014). Perkembangan financial technology (fintech) di Indonesia mendorong transaksi digital mencapai Rp 4.500 triliun pada 2022 dengan pertumbuhan 30% per tahun, sementara pengguna e-wallet seperti GoPay, OVO, dan Dana mencapai 150 juta pada 2023 (Warjiyo & Damayanti, 2023).

Namun, menurut OJK (2022), skor keberaksaraan finansial secara nasional tetap berada di angka 49,68%. Masalah ini diperparah karena media sosial telah berkontribusi pada peningkatan gaya hidup hedonistik di kalangan mahasiswa. Gaya hidup hedonistik memengaruhi kebiasaan belanja mahasiswa secara positif dan signifikan secara statistik (Asdiana dkk., 2024). Karena pengaruh sosial dan variabel emosional mempunyai akibat dengan makin besar terhadap pilihan transaksi ketimbang yang logis, bahkan mahasiswa yang melek finansial pun tidak selalu dapat mengendalikan pengeluaran mereka (Mulyadi dkk., 2022).

Berdasarkan hasil survei IPSOS (2020), sebanyak 71% pengguna aktif e-wallet dari kalangan milenial menggunakan dompet digital untuk pertama kalinya karena tertarik dengan berbagai promo yang ditawarkan. Namun, seiring berjalannya waktu, loyalitas pengguna tidak lagi semata-mata dipengaruhi oleh promo, melainkan juga oleh kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan dalam penggunaan e-wallet. Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet oleh kalangan milenial rata-rata sebesar 40% digunakan untuk pembayaran jasa transportasi, 32% untuk pembelian makanan dan minuman secara online, serta 28% untuk transaksi pembayaran pada berbagai merchant. Di Indonesia, beberapa platform e-wallet yang populer dan banyak digunakan antara lain DANA, OVO, LinkAja, GoPay, dan ShopeePay (Alfaris, 2023).

Salah satu inovasi terbesar dalam ekosistem keuangan digital adalah hadirnya dompet digital (e-wallet). Kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan yang ditawarkan e-wallet telah mengubah kebiasaan

masyarakat dalam bertransaksi, dari penggunaan uang tunai (cash) menjadi transaksi non-tunai (cashless). Perkembangan teknologi pembayaran digital ini semakin mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas transaksi secara lebih efisien dan mudah.

Berdasarkan data Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai Rp2,5 kuadriliun sepanjang tahun 2024. Tingginya nilai transaksi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan instrumen pembayaran digital semakin diterima dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Di tingkat regional, perkembangan ekonomi digital juga menunjukkan tren yang positif. Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan mencatat bahwa nominal transaksi uang elektronik di wilayah tersebut mencapai Rp6,8 triliun pada tahun 2022 atau tumbuh sebesar 26% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini turut didukung oleh semakin luasnya penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) di berbagai sektor usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Meskipun kemudahan yang ditawarkan e-wallet memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat, perkembangan tersebut juga menimbulkan kekhawatiran terkait dampaknya terhadap perilaku keuangan individu. Salah satu fenomena yang sering muncul adalah perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial, salah satunya adalah Fear of Missing Out (FOMO). FOMO merupakan kondisi ketika individu merasa khawatir atau takut tertinggal informasi, tren, maupun promosi yang sedang populer di lingkungan sosialnya. Akibatnya, individu terdorong untuk melakukan pembelian secara impulsif agar tidak merasa tertinggal dari orang lain atau tren yang sedang berkembang di media sosial.

Subjek penelitian dipilih dari kalangan mahasiswa universitas swasta di Medan karena mereka merupakan representasi Generasi Z, demografi yang melek teknologi dan rentan terhadap tekanan kehidupan kota. Maksud pengkajian tersebut ialah guna mengetes relasi disela sela X1, tingkat literasi keuangan digital mahasiswa, X2, gaya hidup hedonistik mereka, dan X3, penggunaan dompet elektronik mereka, dan Y, kebiasaan konsumsi mereka, di kalangan mahasiswa universitas swasta di Medan.

METODE PENELITIAN

Cara numerik asosiatif kausal dipakai dengan pengkajian tersebut. Populasi terdiri dari seluruh mahasiswa yang terdaftar di lima universitas negeri (PT) Medan—STIM Sukma Medan, UMSU, UNPRI, UMA, dan UBD. Mahasiswa aktif yang menggunakan program e-wallet untuk transaksi sehari-hari menjadi kriteria pemilihan sampel sebanyak 100 mahasiswa dengan metode purposive sampling (Arikunto, 2014, Sugiyono, 2011).

Kuesioner skala Likert dengan 21 item digunakan untuk mengumpulkan data. Skala berkisar dari 1 hingga 5. Lima variabel digunakan untuk mengukur variabel literasi keuangan digital (X1): keamanan data, pengetahuan digital, pemahaman produk, kesadaran risiko, dan pengendalian keuangan (Apriliani, 2024, OJK, 2022). Lima indikator digunakan untuk mengukur variabel gaya hidup hedonistik (X2), menurut Sylvia dkk. (2023): memperhatikan tren penampilan, mengonsumsi produk bermerek, sering mengunjungi lokasi sosial bergengsi, takut ketinggalan (FOMO), dan keinginan impulsif. Menurut Habibi dan Fauzan (2023), empat indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan dompet elektronik (X3) dalam kerangka TAM adalah intensitas aktual, sikap terhadap penggunaan, kegunaan, dan kenyamanan. Lima indikator digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumen (Y): membeli secara impulsif, membeli tanpa berpikir, membeli barang yang tidak perlu, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak cukup mempertimbangkan kondisi keuangan seseorang (Nadhifah dkk., 2024).

Mengikuti protokol (Ghozali, 2016), informasi dikaji memakai SPSS 26 untuk analisis multivariat, diikuti oleh pengujian asumsi klasik, dan akhirnya, pengujian anggapan bersama tes-t, tes-F, serta persentase kontribusi (R^2). Untuk menghitung regresi, rumusnya adalah Dalam (1), variabel Y yang mewakili perilaku konsumen, X1 yang mewakili literasi keuangan digital, X2 yang mewakili gaya hidup hedonistik, X3 yang mewakili penggunaan dompet elektronik, a sebagai konstanta tetap, b1-b3 yang mewakili koefisien regresi, dan e sebagai suku kesalahan semuanya disertakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian melibatkan 100 mahasiswa aktif dari 5 PTS di Kota Medan. Berdasarkan jenis kelamin, 62% perempuan dan 38% laki-laki. Sebagian besar berusia 21–23 tahun (69%). Distribusi asal PTS cukup merata: UMSU (25%), UBD (20%), UNPRI (19%), STIM Sukma Medan (18%), dan UMA (18%). E-wallet yang paling banyak digunakan adalah Dana (48%), diikuti ShopeePay (20%), Seabank (16%), GoPay (12%), serta OVO dan Livin (4%).

Tabel 1. Perolehan Tes Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Lit. Keuangan Digital (X1)	0,898	0,6	Reliabel
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	0,806	0,6	Reliabel
Penggunaan E-Wallet (X3)	0,935	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,918	0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

Data diperoleh berdistribusi normal berdasarkan uji asumsi klasik (Asymp. Sig. K-S = 0,200 > 0,05), dan tak terdeteksi kolinearitas ganda (Toleransi > 0,10, VIF < 10). Salah satu kelemahan penelitian ini adalah latar belakang sosial ekonomi responden yang beragam tercermin dalam uji heteroskedastisitas (Glejser), dimana variabel X2 menunjukkan Sig. = 0,019 < 0,05.

Persamaan $Y = 3,435 + 0,002X_1 + 1,025X_2 - 0,196X_3$ dihasilkan oleh analisis regresi linier berganda. Tabel ini merangkum temuan pengetesan dugaan awal dengan persial (uji t) serta serentak (uji F), bersama perolehan efek marginal tiap tiap putaran.

Tabel 2. Perolehan tes t serta Uji F

Variabel	B	Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	3,435	-	1,934	.056
Lit. Keuangan Digital (X1)	.002	.002	.016	.987
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	1,025	.806	11,676	.000
Penggunaan E-Wallet (X3)	-.196	-.222	-1,633	.106
F hitung = 46,772, Sig. = .000, Adjusted R² = 0,581				

Sumber: Data Olahan SPSS Versi 26

PEMBAHASAN

Kita dapat menolak H1 karena Tabel 2 menunjukkan bahwa literasi keuangan digital (X1) tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku pelanggan ($t=0,016$, $p=0,987$). Pengetahuan keuangan digital tidak selalu diterjemahkan menjadi perilaku keuangan yang rasional, menurut penelitian ini. Kesimpulan ini sejalan dengan temuan Mullyadi dkk. (2022): bahwa pengetahuan manajemen keuangan secara teori tidak selalu diterjemahkan ke dalam tindakan di dunia nyata. Bahkan orang yang sangat melek finansial pun dapat terjerumus ke dalam perilaku makan berlebihan jika mereka kurang disiplin untuk mengendalikan pengeluaran mereka (Apriliani, 2024).

Dengan Beta terbesar sebesar 0,806 dan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, gaya hidup hedonistik (X2) diakui sebagai variabel yang paling dominan, yang mengarah pada penerimaan H2. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Asdiana dkk., (2024) dan Anjani & Guspa, (2024), yang juga menemukan bahwa hedonisme secara positif mempengaruhi kebiasaan pengeluaran dan konsumsi keuangan. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya Sari & Tanjung, (2024) yang meneliti 164 pelajar dari jumlah 9 universitas swasta di Medan. Mereka juga menemukan koefisien berjumlah 0,210 dan statistik t yang signifikan berjumlah 2,377 ($p=0,007$).

Menolak H3, kami menemukan bahwa penggunaan dompet elektronik (X3) tidak secara signifikan memengaruhi perilaku konsumsi ($t=-1,633$, $p=0,106$). Mahasiswa lebih cenderung

melakukan pengendalian diri atas pengeluaran mereka ketika mereka banyak menggunakan dompet elektronik, semacam dengan diperlihatkan dengan perolehan koefisien negatif berjumlah -0,196. Karena mahasiswa universitas swasta di Medan sebagian besar menggunakan dompet elektronik untuk transaksi yang wajar dan normal dan bukan hanya untuk pengeluaran konsumen, ini bertentangan dengan hasil penelitian Alexa Angelica Nababan dkk., 2025, yang menemukan bahwa dompet elektronik memengaruhi kebiasaan konsumsi.

Ketiga variabel tersebut memiliki dampak substansial pada perilaku pelanggan secara bersamaan ($F=46,772$, $p=0,000$), mendukung H4. Dengan nilai R^2 yang disesuaikan sebesar 0,581, kita dapat melihat bahwa ketiga faktor ini menjelaskan 58,1% varians dalam perilaku konsumen, dengan faktor tambahan termasuk pengendalian diri, pendapatan orang tua, dan tekanan teman sebaya yang menjelaskan 41,9% sisanya. Dengan $Beta=0,806$, hedonisme masih merupakan komponen terpenting, membuktikan bahwa kecenderungan hedonistik siswa adalah kekuatan utama di balik perilaku pembelian digital mereka.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa di universitas swasta di Medan tidak terpengaruh oleh literasi keuangan digital (H1 ditolak). Sebagai faktor yang paling berpengaruh, gaya ditemukan bahwa menjalani gaya hidup hedonistik memiliki dampak yang menguntungkan serta signifikan secara statistik ($Beta = 0,806$, H2 diterima), menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa berkorelasi positif dengan sikap hedonistik mereka. Penggunaan e-wallet tidak berpengaruh signifikan secara parsial dan justru menunjukkan arah koefisien negatif yang mengindikasikan potensi membantu pengendalian pengeluaran (H3 ditolak). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan dengan kontribusi 58,1% terhadap variasi perilaku konsumtif (H4 diterima).

Temuan ini menegaskan bahwa upaya perilaku konsumtif mahasiswa harus diprioritaskan pada pembentukan gaya hidup yang lebih rasional, bukan semata-mata peningkatan literasi keuangan. Edukasi yang berfokus pada pengendalian diri, kesadaran FOMO, dan pengelolaan tekanan sosial perlu diintegrasikan dalam program kemahasiswaan. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel kontrol diri, peer pressure, dan penggunaan fitur PayLater untuk meningkatkan daya jelas model.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggaretta, D. S. (2025). The influence of social media and e-wallet use on consumptive behavior through lifestyle. *Journal of Economic Education*, 14(1), 189-202.
- Anjani, M., & Guspa, A (2024). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Unp. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 2(2), 187–194. <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i2.305>

- Apriliani, R. (2024). Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital Teori dan Implementasinya. In CV. Literasi Nusantara Abadi. <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/212/>
- Arikunto, S. (2014). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:190809753>
- Asdiana, A., Paleni, H., & Nasruddin, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Journal of Management and Economics Research*, 3(1), 14–19. <https://doi.org/10.62866/jomer.v3i1.185>
- Basmantra, I. N., Paraneegara, A. A. N. Y. V., & Candra, S. (2023, May). The Role of E-Wallet Use and Financial Literacy on Consumptive Behavior in Indonesia. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 346-356). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya.
- Habibi, C., & Fauzan, M. (2023). Analisis Perilaku Penggunaan E-Wallet Aplikasi OVO Terhadap Perspektif Pelajar Tingkat Sekolah Menengah Atas di Lembang Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Nuansa Informatika*, 17(1), 42–56. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mulyadi, D. R., Subagio, N., & Riyadi, R. (2022). Prosiding Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Mulawarman Tahun 2022 KEMAMPUAN PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS MULAWARMAN. FKIP Universitas Mulawarman, 4(2), 25–32.
- Nababan, A. A., Hutabarat, W. B. Simanjuntak, R. P & Fajri, M. Y. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan e-wallet Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Negeri Medan di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 7082–7089. <https://jerkn.org/index.php/jerkn/article/view/2943>
- Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., Sudibyo, H., Tegal, U. P., & Arif, M. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27. <https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>
- OJK. (2022). Financial Inclusion and National Literacy Survey. Otoritas Jasa Keuangan, November, 10–12.
- Putra, M. W., Setini, M., Selamat, I., & Purnamawati, I. (2026). The relationship between digital lifestyle (cashless society) and consumer financial behavior of Generation Z in Denpasar. *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v9i1.4345>.
- Sari, N. W., & Tanjung, A. A. (2024). Pengaruh Lingkungan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 14(1), 65–79. <https://doi.org/10.30588/jmp.v14i1.1542>
- Sugiyono. (2011). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. Buku: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>

Sylvia, S., Adnan Aqsya, M., & Mas'ud, M. (2023). Financial Knowledge, Spiritual Intelligence, and Hedonism Lifestyle of Department Store Employees in Managing Personal Finance. *Entrepreneurship and Small Business Research*, 2(1), 42–51.
<https://doi.org/10.55980/esber.v2i1.92>

Warjiyo, P., & Damayanti, D. (2023). Bank Indonesia Annual Financial Statements 2023. 01–38.