

## Peran *Self Control* Pada E-Money dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Solo Raya

Reyzika Rahma Putri<sup>1</sup>, Bambang Widarno<sup>2</sup>

Universitas Slamet Riyadi Surakarta<sup>1,2</sup>

reyzika3@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of e-money and financial literacy on consumer behavior with self-control as a moderating variable. The population in this study were students studying at universities in Solo Raya. The data in this study were students who used e-money. The sample of this study was 398 samples obtained from 145,676 students from universities in Solo Raya with a purposive sampling method and tested with SPSS software. The data collection method used was a questionnaire. The data analysis methods used were descriptive statistics, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, hypothesis tests and moderation regression analysis tests. The results of the regression test showed that e-money and financial literacy had a positive and significant influence on consumer behavior. However, self-control, which was initially hypothesized as a moderating variable, did not moderate.*

**Keywords :** *Self Control, E-Money, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-money* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *self control* sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang menempuh perguruan tinggi di Solo Raya. Data dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna uang elektronik. Sampel penelitian ini berjumlah 398 sampel yang diperoleh dari 145.676 Mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di Solo Raya dengan metode *purposive sampling* dan diuji dengan *software* SPSS. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji analisis regresi moderasi. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa uang elektronik dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, *self control* yang awalnya dihipotesiskan sebagai variabel moderasi, ternyata tidak memoderasi.

**Kata Kunci :** Kontrol Diri, E-Money, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk mahasiswa sebagai generasi yang paling adaptif terhadap perubahan. Penggunaan uang elektronik (*e-money*) semakin meningkat karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi. Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa nilai transaksi *e-money* pada April 2023 mencapai Rp37,46 triliun,

naik 5,8% dibanding tahun sebelumnya. Peningkatan ini sebagian besar didorong oleh kelompok usia muda, khususnya mahasiswa.

Di sisi lain, kemudahan penggunaan e-money dapat mendorong perilaku konsumtif. Mahasiswa sering melakukan pembelian barang dan jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan untuk mengikuti tren atau menjaga status sosial. Fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Solo Raya semakin nyata, bahkan beberapa kasus menunjukkan mahasiswa terjerat pinjaman *online* akibat rendahnya literasi keuangan dan lemahnya kontrol diri (Solopos, 2023).

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengelola keuangannya secara rasional dan menghindari perilaku boros (OJK, 2017). Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam: sebagian menemukan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Rahmawati & Putri, 2023), sementara penelitian lain menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan (Iqbal, 2020).

Selain literasi keuangan, faktor *self control* juga dipandang penting. Individu dengan kontrol diri yang baik diyakini mampu menahan dorongan konsumtif meskipun menghadapi godaan promosi atau diskon (Nainggolan, 2022). Namun, temuan empiris juga tidak konsisten. Beberapa penelitian menunjukkan *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Hayati et al., 2020), sementara lainnya menemukan hasil sebaliknya (Rahmawati & Putri, 2023).

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu (*research gap*) serta fenomena perilaku konsumtif mahasiswa di Solo Raya menjadi dasar penting penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-money dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta menguji peran *self control* sebagai variabel moderasi.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif di Solo Raya dengan jumlah 145.676 orang. Sampel penelitian sebanyak 398 mahasiswa diperoleh dengan rumus Slovin. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa pengguna e-money berusia 17–27 tahun. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, dan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Linier Berganda

**Tabel 1. Analisis Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16,776	0,324		51,749	0,000
E-Money	1,012	0,015	0,784	66,680	0,000
Literasi Keuangan	-0,456	0,011	0,490	-41,682	0,000

a. *Dependent Variable: Perilaku Konsumtif*

Sumber: Data primer diolah, 2024

- a. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai *p-value* (signifikan) = 0,000 dapat dijelaskan nilai *p-value* (signifikan) 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya variabel Literasi Keuangan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan (X1) berpengaruh negatif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif tidak terbukti kebenarannya. Hipotesis kedua diterima.
- b. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai *p-value* (signifikan) = 0,000 dapat dijelaskan nilai *p-value* (signifikan) 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya variabel *E-Money* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa *E-Money* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif terbukti kebenarannya. Hipotesis pertama diterima.

### B. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

**Tabel 2. Moderated Regression Analysis (MRA)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	17,931	1,086		16,517	0,000	
E-MONEY	0,983	0,052	0,761	19,072	0,000	
LITERASI KEUANGAN	-0,491	0,036	-0,527	-13,448	0,000	
SELF CONTROL	-0,067	0,060	-0,128	-1,114	0,266	
ABSZX1	0,002	0,003	0,039	0,586	0,559	
ABSZX2	0,002	0,002	0,104	0,981	0,327	

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

a. Sumber: Data primer diolah, 2024

- b. Peran Moderasi *E-Money* pada pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan uji analisis regresi moderasi diperoleh Koefisien (B) sebesar 0,002 menunjukkan bahwa interaksi antara *e-money* dan *self control* berhubungan positif dengan perilaku konsumtif. Nilai signifikansi diperoleh *p-value* (signifikan) = 0,559 > 0,05 menunjukkan bahwa efek moderasi ini tidak signifikan artinya *Self Control* tidak mampu memoderasi pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan bahwa *Self Control* tidak secara signifikan memoderasi pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis ketiga ditolak.

- c. Peran Moderasi *Self Control* pada pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan uji analisis regresi moderasi diperoleh Koefisien (B) sebesar -0,002 menunjukkan bahwa interaksi antara literasi keuangan dan *self control* berhubungan negatif dengan perilaku konsumtif. Nilai signifikansi diperoleh *p-value* (signifikan) = 0,327 > 0,05 menunjukkan bahwa efek moderasi ini tidak signifikan artinya *Self Control* tidak mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa H4 yang menyatakan bahwa *Self Control* tidak secara signifikan memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis keempat ditolak.

## C. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian ini menunjukkan bahwa *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi Intensitas penggunaan *e-money*, maka semakin tinggi juga kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang bersifat konsumtif. Hal ini menggambarkan bahwa perkembangan teknologi finansial digital membawa implikasi yang cukup besar terhadap pola konsumsi generasi muda, khususnya mahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menjelaskan bahwa kemudahan akses (*perceived behavioral control*) memengaruhi sikap dan intensi individu dalam berperilaku. *E-money* dengan fitur transaksi cepat, praktis, serta adanya promo *cashback* dan diskon mendorong mahasiswa lebih konsumtif. Hasil dari penelitian ini

sejalan dengan Insana & Johan (2020) dan Ninggolan (2022) yang menjelaskan bahwa *e-money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya edukasi keuangan digital kepada mahasiswa agar mereka tidak hanya melek teknologi, tetapi juga melek finansial. Selain itu, penyedia layanan *e-money* diharapkan dapat menyeimbangkan strategi promosi mereka dengan kampanye literasi keuangan untuk mendorong penggunaan yang lebih bijak.

## 2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh *negativ* dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya tinggi atau rendahnya literasi keuangan mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki, begitu pun sebaliknya semakin rendah tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimiliki. Mahasiswa sudah memiliki ilmu literasi keuangan sehingga mereka akan mampu berpikir secara rasional untuk berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan konsumsi individu tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti teknologi dan promosi, tetapi juga oleh faktor internal, khususnya pengetahuan dan pemahaman finansial. Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik akan membantu seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang rasional, termasuk membedakan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Hasil dari penelitian ini sejalan dengan Rahmawati & Putri (2023), Ninggolan (2022) dan Zahra & Anoraga (2021) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Implikasi pada penelitian ini, bahwa peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa sangat penting untuk menekan perilaku konsumtif yang dipicu oleh perkembangan teknologi digital, termasuk penggunaan *e-money*. Upaya peningkatan literasi dapat dilakukan melalui edukasi keuangan, seminar, mata kuliah kewirausahaan, maupun kampanye literasi keuangan yang difasilitasi oleh kampus maupun lembaga keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor pelindung yang mampu mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memahami cara mengelola keuangan secara baik dan benar akan lebih selektif dalam membelanjakan uangnya, serta memiliki kesadaran lebih tinggi terhadap pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang.

## 3. Hubungan Moderasi *Self Control* pada pengaruh E-Money terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Self Control* tidak secara signifikan memoderasi pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan penggunaan *e-money* maka

perilaku konsumtif tidak mengalami peningkatan dengan *self control* sebagai penguat / moderasinya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap perilaku konsumtif, terlepas dari tingkat kontrol diri mahasiswa. Faktor eksternal berupa kemudahan transaksi digital, promosi, dan pengaruh sosial lebih kuat dibandingkan faktor internal berupa *self control*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori kontrol diri (Logue, 1995), individu dengan *self control* tinggi mampu mengendalikan perilaku konsumtif melalui kontrol perilaku, kognitif, dan keputusan. Namun, dalam penelitian ini, *self control* tidak berfungsi sebagai variabel moderasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki kontrol diri tertentu, faktor eksternal seperti promo digital, tren sosial, serta gaya hidup lebih dominan mendorong perilaku konsumtif. Hasil ini sejalan dengan Agasi & Aryani (2024) yang menyatakan bahwa *Self Control* tidak memoderasi terhadap Perilaku Konsumtif generasi Milenial di Kota Batam.

Implikasi pada penelitian ini, bahwa upaya mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa tidak cukup hanya dengan mengandalkan *self control*, melainkan perlu didukung dengan edukasi mengenai manajemen keuangan mahasiswa, serta regulasi promosi dari penyedia *e-money*. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya melek teknologi, tetapi juga memiliki kesadaran finansial yang lebih baik. Penggunaan *e-money* yang baik saat akan melakukan transaksi dapat diperkuat oleh *self control* dengan melakukan perencanaan ketika akan memutuskan untuk membeli suatu barang / jasa, pembandingan harga, dan mempertimbangkan kegunaan barang yang akan dibeli bisa mencegah terjadinya perilaku konsumtif.

#### 4. Hubungan Moderasi *Self Control* pada pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Self Control negatif* dan tidak secara signifikan memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengetahuan literasi keuangan yang tinggi maka perilaku konsumtif tidak akan mengalami peningkatan dengan *self control* sebagai penguat/moderasinya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori kontrol diri (Logue, 1995), individu dengan kontrol diri yang tinggi seharusnya mampu mengendalikan perilaku konsumtif. Namun, hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor eksternal seperti tren sosial, gaya hidup, dan promo digital lebih dominan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan Arif & Imsar (2024) yang menyatakan bahwa *Self Control* tidak memoderasi literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan.

Implikasi pada penelitian ini adalah pertama, bahwa literasi keuangan dan edukasi mengenai manajemen konsumsi menjadi hal yang lebih urgensi dibanding hanya mengandalkan faktor psikologis seperti *self control*. Kedua, penyedia layanan *e-money* diharapkan dapat menyeimbangkan strategi pemasaran agresif (misalnya diskon dan *cashback*) dengan edukasi keuangan

digital yang mendorong penggunaan secara bijak. Literasi keuangan yang baik saat akan memutuskan melakukan perilaku konsumtif dapat diperkuat oleh *self control*, dengan berpikir rasional, memprioritaskan pengeluaran penting, dan mampu mengelola pengeluaran dengan sebaik mungkin untuk mencegah perilaku konsumtif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi penggunaan *e-money* maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa di Solo Raya.
2. Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa di Solo Raya.
3. *Self Control* tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* dalam mempengaruhi perilaku konsumtif tidak bergantung pada *self control*, namun tergantung dari peningkatan atau penurunan penggunaan *e-money* pada mahasiswa. Jika *e-money* ditingkatkan maka perilaku konsumtif akan meningkat dan jika *e-money* diturunkan maka perilaku konsumtif akan menurun.
4. *Self Control* tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menandakan bahwa literasi keuangan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif tidak bergantung pada *self control*, namun tergantung dari pemahaman literasi keuangan pada mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Agasi, R., & Aryani, D. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan self control sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–56.
- Arif, M., & Imsar, M. (2024). Analisis pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 78–90.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128.
- Hayati, A., Yusuf, A., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, 02, 16-24

# Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 4 (2025) 1790 – 1797 E-ISSN 2830-6449  
DOI: 10.56709/mrj.v4i4.901

- Insana, D. R., & Johan, R. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)* Vol 7 No. 2.
- Iqbal, M. I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado.
- Logue, A. W. (1995). *Self-control: Waiting until tomorrow for what you want today*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumfit pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 5 No 1.
- OJK. (2017). Konumen : Literasi Keuangan. Jakarta : Otoritas Jasa Keuangan.
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* Vol. 11 No. 3.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8, 1033-1041.