GENERASI Z DI ERA DIGITAL: MAMPUKAH PENGENDALIAN DIRI MENAHAN GODAAN KONSUMTIF?

Amelia Ivoka Junea[1*], Dwi Irnawati[2], Reza Anggapratama[3]
Universitas Bojonegoro
[*]Email: ivokajunea33@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya penetrasi *internet* dan transaksi *non-tunai* telah merevolusi pola konsumsi Generasi Z, namun kemudahan ini mendorong perilaku konsumtif dan risiko finansial. Penelitian menganalisis dampak literasi keuangan serta pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, dengan menguji gaya hidup sebagai mediasi dan pengendalian diri sebagai moderasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 250 responden Generasi Z di Jawa Timur melalui *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan *Warp-PLS*. Literasi keuangan ditemukan tidak berpengaruh terhadap gaya hidup maupun perilaku konsumtif. Pembayaran digital ditemukan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup (β = 0.240; p <0.001), serta perilaku konsumtif (β = 0.105; p = 0.026). Gaya hidup sebagai determinan utama pendorong perilaku konsumtif (β = 0.703; p <0.001). Gaya hidup berhasil memediasi pembayaran digital dan perilaku konsumtif (*p-indirect* <0,001), namun gagal memediasi literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Pengendalian diri terbukti memoderasi gaya hidup dan perilaku konsumtif dengan signifikansi 10% (β = 0.075; p = 0.070). Disimpulkan bahwa konsumsi Generasi Z didorong oleh adopsi teknologi dan pergeseran gaya hidup dibandingkan pemahaman keuangan teoritis. Secara praktis, edukasi keuangan perlu berfokus pada manajemen perilaku konkret, dan penyedia layanan digital disarankan menyediakan fitur pengingat batas pengeluaran untuk meningkatkan pengendalian diri pengguna secara *real-time.*

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Pengendalian Diri.

ABSTRACT

The rapid penetration of the internet and cashless transactions has revolutionized Generation Z's consumption patterns, yet these conveniences often trigger consumptive behavior and financial risks. This study analyzes the impact of financial literacy and digital payments on Generation Z's consumptive behavior, examining lifestyle as a mediator and self-control as a moderator. Using a quantitative approach, data were collected from 250 Generation Z respondents in East Java through purposive sampling and analyzed using Warp-PLS. Findings reveal that financial literacy has no significant effect on lifestyle or consumptive behavior. Conversely, digital payments significantly influence both lifestyle (β = 0.240; p < 0.001) and consumptive behavior (β = 0.105; p = 0.026). Lifestyle emerged as the primary determinant of consumptive behavior (β = 0.703; p < 0.001). Furthermore, lifestyle successfully mediates the relationship between digital payments and consumptive behavior (p-indirect < 0.001), but fails to mediate financial literacy. Self-control moderates the impact of lifestyle on consumptive behavior at a 10% significance level (β = 0.075; p = 0.070). This study concludes that Generation Z's consumption is driven by technology adoption and lifestyle shifts rather than theoretical financial knowledge. Practically, financial education should focus on concrete behavioral management, and digital providers are encouraged to implement real-time spending limit alerts.

Keywords ***:*** *Financial Literacy, Digital Payment, Lifestyle, Consumptive Behavior, Self-Control.*

Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, masyarakat dihadapkan pada gelombang informasi yang tinggi dan penggunaan internet yang masif. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh TIMES Indonesia (2026), sepanjang tahun 2025, penetrasi internet nasional mencapai 80,66%, yang mewakili sekitar 229 juta orang. Aksesibilitas digital ini telah mengubah pola perilaku ekonomi, khususnya pada Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem teknologi (Mira & Tjahjadi, 2025). Namun, kemudahan ini memicu pergeseran konsumsi yang tidak lagi didorong oleh kebutuhan rasional, melainkan sebagai alat untuk menjaga citra sosial, yang tanpa regulasi diri dapat menyebabkan risiko tekanan finansial jangka panjang.

Saat ini, 70% Generasi Z di Indonesia lebih menyukai metode *non-tunai* (Hindardjo *et al.,* 2025). Dinamika ini diperkuat oleh revolusi pembayaran digital yang memberikan efek *painless spending*, yaitu pengurangan hambatan psikologis dalam bertransaksi yang mempercepat keputusan pembelian tanpa pertimbangan matang. Sebagai penyeimbang dari kenyamanan teknologi tersebut, literasi keuangan secara tradisional dianggap sebagai mekanisme utama untuk mencegah keputusan keuangan yang buruk dan memfasilitasi penganggaran yang efektif (Alshebami & Aldhyani, 2022; Heriyati *et al.,* 2024; Ogundare *et al.,* 2024). Namun, terdapat penyimpangan pada beberapa individu yang memiliki literasi keuangan cukup baik tetap menunjukkan perilaku konsumtif. Ketidakkonsistenan temuan empiris ini menunjukkan adanya *missing link* dalam pemahaman perilaku konsumsi Generasi Z, di mana pengetahuan kognitif seringkali dilumpuhkan oleh tekanan gaya hidup dan standar hidup viral di media sosial.

Elaine *et al.,* (2025) pada penelitiannya menjelaskan hasil yang tidak konsisten yaitu, meskipun individu memiliki pemahaman keuangan yang baik, individu tersebut tetap memperlihatkan perilaku konsumsi yang berlebihan. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai relevansi pengetahuan keuangan di tengah tekanan gaya hidup hedonis yang memprioritaskan kepuasan emosional dalam konsumsi produk.

Gaya hidup muncul sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, mengingat lingkungan sosial dan paparan media sosial telah membentuk standar hidup viral yang membuat Generasi Z merasa terdorong untuk mengikutinya (Julita & Aditya, 2023). Pergeseran standar ini menciptakan tekanan sosial, memaksa individu untuk memenuhi ekspektasi gaya hidup yang tinggi. Ketidakseimbangan antara kapasitas ekonomi dan tuntutan gaya hidup yang tinggi pada akhirnya memicu perilaku konsumtif. Hal inilah yang menjadi dasar penempatan gaya hidup sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini, berdasarkan premis bahwa faktor eksternal seperti tren dan teknologi tidak secara langsung menghasilkan perilaku boros tanpa terlebih dahulu meningkatkan standar gaya hidup individu.

Meskipun terdapat tekanan gaya hidup yang intens, individu secara teoritis memiliki sistem pertahanan internal yang dikenal sebagai pengendalian diri (*self-control*). Kemampuan pengendalian diri yang tinggi membantu individu dalam mengelola respons emosional, sehingga lebih efektif untuk menolak godaan konsumtif (Pulawan *et al.,* 2024; Yuliana & Rosidah, 2024). Pengendalian diri diperkenalkan sebagai variabel moderasi untuk menjawab kesenjangan penelitian mengenai mengapa beberapa individu tetap hemat meskipun dikelilingi oleh kemewahan, sementara yang lain jatuh ke dalam kebiasaan konsumtif. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan apakah pengendalian diri masih berfungsi efektif sebagai "rem" di dalam ekosistem digital Jawa Timur yang masif, di mana pengguna QRIS telah mencapai 8,61 juta (Radar Surabaya, 2025).

Celah penelitian (*research gap*) yang diangkat dalam studi ini terletak pada keterbatasan model-model sebelumnya, yang cenderung menguji pengaruh langsung pada tiap variabelnya. Nilai kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini ditemukan pada pengujian model komprehensif yang memposisikan gaya hidup sebagai mediasi dan pengendalian diri sebagai moderasi dalam menavigasi determinan internal meluasnya penggunaan teknologi pembayaran digital pendorong perilaku konsumtif. Hal ini memberikan perspektif baru di tengah pengaruh literasi keuangan yang tidak konsisten terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

Penelitian ini berupaya memberikan penguatan teoritis melalui pengembangan model perilaku konsumsi berdasarkan integrasi faktor kognitif, teknologi, dan psikologis, serta kontribusi praktis bagi perumusan kebijakan literasi keuangan dan pengendalian konsumsi digital. Merujuk pada fenomena yang telah dipaparkan, studi ini berfokus pada pengujian empiris terhadap sejumlah hipotesis berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup.
H2: Pembayaran Digital berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup.
H3: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
H4: Pembayaran Digital berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
H5: Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
H6: Pengendalian Diri memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.
H7: Gaya Hidup memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.
H8: Gaya Hidup memediasi pengaruh Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel eksogen diposisikan oleh Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, dan Pengendalian Diri serta variabel endogen diposisikan oleh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup.

Alur Prosedur Penelitian

Alur prosedur penelitian dilaksanakan dalam empat tahap sistematis, yang petama Adalah tahap persiapan, peneliti melakukan studi literatur dan adaptasi instrumen penelitian dari penelitian terdahulu, untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait perilaku konsumtif Generasi Z di era digital. Kedua tahap pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner daring via *Google Forms* melalui media sosial WhatsApp dan Instagram dengan durasi waktu dua bulan di bulan September-November 2025, serta melakukan *screening* responden berdasarkan kriteria *purposive sampling*. Ketiga tahap analisis data, peneliti melakukan pengolahan data menggunakan teknik *PLS-SEM* dengan perangkat lunak *WarpPLS* 7.0, yang meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Terakhir tahap interpretasi, peneliti menganalisis hasil temuan untuk menarik kesimpulan dan saran praktis.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menyasar Generasi Z di Jawa Timur sebagai populasi sasaran. Mengingat sifat populasinya yang tidak terbatas (*infinite population*), pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling* yang merupakan bagian dari teknik *non-probability sampling*. Kriteria responden mencakup individu berusia antara 14–29 tahun, pengguna aktif pembayaran digital, dan berdomisili di Jawa Timur, khususnya di wilayah Bojonegoro, Tuban, Surabaya, Madiun, dan Malang.

Ukuran sampel minimum ditentukan berdasarkan kriteria *10-times rule* yang direkomendasikan oleh (Hair *et al.,* 2019), yaitu mengalikan jumlah indikator dengan faktor 5 hingga 10. Dengan total 23 indikator dalam penelitian ini, batas minimum sampel yang disarankan adalah 230 responden. Namun, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 250 responden guna menjamin ketahanan (*robustness*) data.

Definisi Operasional dan Instrumen

Pengukuran instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan skala Likert lima poin, yang membentang dari skor 1 untuk jawaban 'Sangat Tidak Setuju' hingga skor 5 untuk 'Sangat Setuju'. Seluruh variabel dalam penelitian diadaptasi dari literatur terdahulu guna menjamin validitas isi. Variabel Literasi Keuangan (X1) diukur berdasarkan 7 indikator yaitu, Memahami Proses Manajemen Tabungan, Pengetahuan tentang Perencanaan Keuangan, Memahami Manfaat Menabung dan Berinvestasi, Identifikasi Risiko, Penilaian dan Respons Risiko, Mengembangkan Rencana Manajemen Risiko Keuangan, serta Menerapkan, Memantau, dan Mengevaluasi Strategi yang Direncanakan, indikator tersebut dikembangkan oleh (Sumarno *et al.,* 2024).

Variabel Pembayaran Digital (X2) diukur berdasarkan 3 indikator yaitu, Kegunaan dan Manfaat Teknologi yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan, serta Kepercayaan dan Keamanan Produk, indikator tersebut dikembangkan oleh (Elaine *et al.,* 2025).

Variabel Gaya Hidup (M) diukur berdasarkan 3 indikator yaitu, Aktivitas, Minat, serta Opini, indikator tersebut dikembangkan oleh (Amalia *et al.,* 2023).

Variabel Perilaku Konsumtif (Y) diukur berdasarkan 5 indikator yaitu, Pembelian yang Didorong oleh Insentif, Pembelian yang Didorong oleh Kemasan yang Menarik, Pembelian untuk Mempertahankan Citra Sosial, Pengaruh Tokoh Publik terhadap Pilihan Produk, dan Meningkatkan Kepercayaan Diri melalui Barang Bermerek atau Mahal, indikator tersebut dikembangkan oleh (Amalia *et al.,* 2023).

Variabel Pengendalian Diri (Z) diukur berdasarkan 5 indikator yaitu, Kontrol Perilaku, Kontrol Kognitif, Kontrol Pengambilan Keputusan, Kontrol Informasi, Kontrol Retrospektif, indikator tersebut dikembangkan oleh (Puteri *et al.,* 2022).

Teknik Analisis Data

Studi ini menerapkan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* sebagai teknik analisis data dengan dukungan perangkat lunak *WarpPLS* 7.0. Pemilihan *PLS-SEM* didasarkan pada kapabilitasnya dalam menguji variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung (*unobserved variables*) sekaligus memitigasi kesalahan pengukuran secara simultan. Lebih lanjut, penggunaan metode ini selaras dengan tujuan penelitian yang bersifat eksploratif.

Pemilihan *WarpPLS* didasarkan pada kemampuannya dalam mengidentifikasi hubungan *non-linear* antar variable laten, mengolah konstruk laten secara akurat, serta menangani indikator reflektif yaitu Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, dan Pengendalian Diri, maupun indikator formatif yaitu Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif, di mana masing-masing dari dimensi tersebut berperan langsung dalam membentuk variabel laten. Pemanfaatan *WarpPLS* secara spesifik ditujukan untuk mengevaluasi dampak langsung sekaligus tidak langsung secara serempak dalam kerangka model yang mengintegrasikan variabel mediasi Gaya Hidup dan variabel moderasi Pengendalian Diri. Point penting bagi peneliti *WarpPLS* tidak memerlukan asumsi distribusi normal multivariat, sehingga sangat andal untuk data primer kuesioner yang seringkali tidak normal. Selain itu, *WarpPLS* efektif digunakan untuk model penelitian yang rumit, termasuk yang memiliki banyak variabel independen dan dependen sekaligus.

Evaluasi Model

Penilaian model penelitian melalui aplikasi *Warp-PLS* 7.0 mencakup dua tahapan utama, yakni evaluasi *Outer Model* dan *Inner Model*. Tahap pertama, yaitu analisis model pengukuran (*Outer Model*), dilakukan lewat uji faktor konfirmatori untuk memvalidasi serta memastikan reliabilitas indikator pada setiap variabel laten. Selanjutnya, prosedur dilanjutkan dengan Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) serta uji signifikansi guna menelaah hubungan kausalitas antar-konstruk yang diajukan dalam penelitian ini.

Tahap *Outer Model* atau Evaluasi Model Pengukuran berfokus pada pengujian kualitas instrumen melalui parameter validitas dan reliabilitas. Dalam hal ini, uji validitas difungsikan untuk menelaah kemampuan setiap indikator dalam merepresentasikan variabel laten secara akurat. Sementara itu, analisis reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi instrumen penelitian, sehingga tetap memberikan hasil yang stabil dan presisi meskipun digunakan dalam pengukuran berulang (Ghozali, 2021).

Keandalan konsistensi internal dalam model ini diukur menggunakan parameter *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*, dengan kriteria nilai di atas 0,70. Meski demikian, perolehan nilai antara 0,60 hingga 0,70 tetap dianggap memadai mengingat sifat penelitian ini yang bersifat eksploratif. Sementara itu, validitas konvergen divalidasi melalui *Average Variance Extracted (AVE)* dengan standar minimal 0,50 serta muatan indikator (*loading indicator*) yang melebihi 0,70. Untuk validitas diskriminan, pengujian dilakukan dengan memastikan akar kuadrat *AVE* lebih tinggi dibandingkan korelasi antar-konstruk, serta memastikan nilai *cross-loadings* tetap rendah.

Tahapan Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) diterapkan untuk memvalidasi hipotesis penelitian dengan meninjau besaran *path coefficient* serta tingkat signifikansi melalui *p-value*. Pada tahap ini, peneliti menguji efek langsung, efek mediasi gaya hidup, serta efek moderasi pengendalian diri secara simultan.

Hipotesis Penelitian

Rangkaian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini mencakup pengujian terhadap variabel-variabel penelitian berikut:

H1: Apakah terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup.

H2: Apakah terdapat pengaruh antara Pembayaran Digital terhadap Gaya Hidup.

H3: Apakah terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

H4: Apakah terdapat pengaruh antara Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif.

H5: Apakah terdapat pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

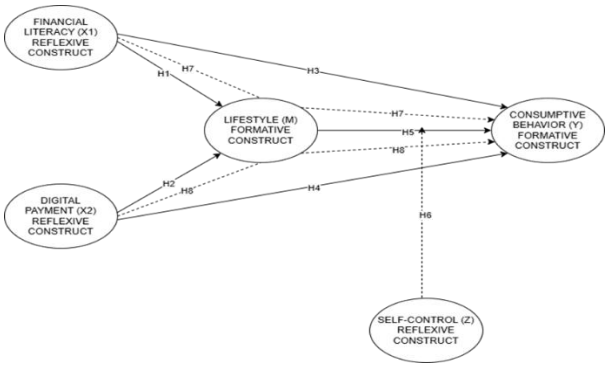
H6: Apakah Pengendalian Diri memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

H7: Apakah Gaya Hidup memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

H8: Apakah Gaya Hidup memediasi pengaruh Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif.

Kerangka Konseptual

Struktur teoritis yang menghubungkan berbagai variabel dalam penelitian ini diilustrasikan secara mendetail dalam Gambar 1, mengintegrasikan Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri untuk menjelaskan secara komprehensif dinamika Perilaku Konsumtif di kalangan Generasi Z.



Gambar 1. Keterangan Penelitian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam *PLS-SEM* yang menggunakan program *Warp-PLS*, langkah awal difokuskan pada pengamatan reliabilitas indikator guna menentukan sejauh mana varians indikator mampu merepresentasikan variabel latennya. Selain itu, *composite reliability* turut ditinjau untuk mengevaluasi konsistensi internal konstruk secara utuh. Merujuk pada kriteria umum, muatan faktor (*loading factor*) dipersyaratkan melampaui 0,70 untuk studi konfirmatori, sementara rentang nilai 0,60 hingga 0,70 masih dapat ditoleransi dalam riset yang bersifat eksploratif (Imam Ghozali, 2021).

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Faktor Loading	*P-value*	Keterangan
LK	LK.1	0,749	<0.001	Valid & Reliabel
	LK.2	0,658	<0.001	Valid & Reliabel
	LK.3	0,672	<0.001	Valid & Reliabel
	LK.4	0,631	<0.001	Valid & Reliabel
	LK.5	0,641	<0.001	Valid & Reliabel
	LK.6	0,685	<0.001	Valid & Reliabel
	LK.7	0,749	<0.001	Valid & Reliabel
PemDig	PemDig.1	0,679	<0.001	Valid & Reliabel
	PemDig.2	0,645	<0.001	Valid & Reliabel
	PemDig.3	0,862	<0.001	Valid & Reliabel
PengDiri	PengDiri.1	0,778	<0.001	Valid & Reliabel
	PengDiri.2	0,778	<0.001	Valid & Reliabel
	PengDiri.3	0,833	<0.001	Valid & Reliabel
	PengDiri.4	0,666	<0.001	Valid & Reliabel
	PengDiri.5	0,677	<0.001	Valid & Reliabel
PengDiri* GH	PengDiri* GH	1,000	<0,001	Valid & Reliabel
PK	PK.1	0,607	<0.001	Valid & Reliabel
	PK.2	0,743	<0.001	Valid & Reliabel
	PK.3	0,794	<0.001	Valid & Reliabel
	PK.4	0,830	<0.001	Valid & Reliabel
	PK.5	0,805	<0.001	Valid & Reliabel
GH	GH.1	0,761	<0.001	Valid & Reliabel
	GH.2	0,870	<0.001	Valid & Reliabel
	GH.3	0,783	<0.001	Valid & Reliabel

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan temuan yang terangkum dalam Tabel 1, dapat diketahui bahwa muatan indikator untuk semua item yang membentuk konstruk Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, dan Pengendalian Diri valid dan reliabel. Nilai muatan faktor berkisar dari 0,631 hingga 0,862, dengan semua nilai *p* terkait <0,001. Lebih lanjut, analisis *cross-loading* menunjukkan unidimensionalitas, karena setiap indikator untuk Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, dan Pengendalian Diri mengelompok dengan tepat sesuai dengan konstruknya masing-masing. Data interaksi untuk Pengendalian Diri*Gaya Hidup (PD*GH), seperti yang diilustrasikan dalam model, juga menunjukkan nilai muatan 1,000 dengan nilai *p*<0,001, menunjukkan bahwa variabel moderasi diukur dengan sempurna dalam model.

Lebih lanjut hasil menunjukkan bahwa muatan indikator untuk semua item yang membentuk konstruk Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup valid dan reliabel. Nilai muatan faktor berkisar dari 0,607 hingga 0,870, dengan

semua nilai *p* yang sesuai <0,001. Lebih lanjut, hasil *cross-loading* menunjukkan unidimensionalitas, karena indikator untuk Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup mengelompok dengan tepat sesuai dengan konstruk masing-masing. Tujuan utama evaluasi ini adalah untuk menilai validitas dan reliabilitas setiap indikator kuesioner, sehingga memfasilitasi pengukuran yang akurat dari setiap konstruk laten dalam model penelitian (Ghozali, 2021).

Tabel 2. Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Variabel	*Composite Reliability (CR)*	*Cronbach's Alpha (CA)*	*Avg. Var. Extracted (AVE)*	*Full Collin. VIF*	*R-Square*
	>0.70	**>0.70**	**>0.05**	**<5 (Ideal <3.3)**	
LK	0.860	0.823	0.469	1.338	
PemDig	0.776	0.648	0.540	1.220	
PK	0.847	0.730	0.650	2.482	0.074
GH	0.871	0.815	0.578	2.542	0.607
PengDiri	0.864	0.802	0.561	1.331	

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan temuan yang terangkum dalam Tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* terdistribusi secara konsisten, berkisar antara 0,469 hingga 0,650. Menurut Roldán & J. Sánchez-Franco, (2012), faktor pemuatan untuk indikator reflektif idealnya harus melebihi 0,70, nilai antara 0,40 dan 0,70 tetap dapat diterima selama tahap eksplorasi pengembangan penelitian. Dalam penelitian ini, faktor pemuatan untuk konstruk reflektif berkisar antara 0,631 hingga 0,749, yang menegaskan bahwa nilai *AVE* memenuhi kriteria yang ditetapkan untuk validitas konvergen. Selain itu, konsistensi internal model telah teruji melalui nilai *Composite Reliability (CR)* yang secara konsisten melampaui standar minimal 0,70. Guna memastikan model bebas dari bias keterkaitan antarvariabel, hasil uji *Full Collinearity VIF* menunjukkan bahwa seluruh konstruk berada di bawah ambang batas 3,3. Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian ini tidak memiliki kendala multikolinearitas.

Tabel 3. Uji Validitas Diskriminan

Variabel	LK	PemDig	GH	PK	PengDiri	PengDiri* GH
LK	(0.685)	0.278	0.143	0.193	0.453	0.151
PemDig	0.278	(0.735)	0.261	0.319	0.247	0.213
PK	0.143	0.261	(0.806)	0.764	-0.037	0.346
GH	0.193	0.319	0.764	(0.760)	0.031	0.348
PengDiri	0.453	0.247	-0.037	0.031	(0.749)	0.140
PD* GH	0.151	0.123	0.346	0.348	0.140	(1.000)

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan temuan yang terangkum dalam Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted (AVE)* pada setiap konstruk yang tertera di sepanjang garis diagonal, memiliki besaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan koefisien korelasi antar konstruk lainnya. Hasil ini memberikan konfirmasi bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas diskriminan yang memadai, sehingga setiap variabel laten dapat dinyatakan unik dan berbeda secara empiris dari variabel lainnya.

Tabel 4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis	*Path Coefficient*	*P-value*	Keterangan
LK→GH	0.076	0.187	Ditolak
PemDig→GH	0.240	<0.001	Diterima
LK→PK	0.052	0.148	Ditolak
PemDig→PK	0.105	0.026	Diterima
GH→PK	0.703	<0.001	Diterima
PengDiri*GH→PK	0.075	0.070	Diterima

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan temuan yang terangkum dalam Tabel 4, menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan dalam membentuk Gaya Hidup individu, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien jalur 0,076 dan *p-value* sebesar 0,187. Namun, kondisi berbeda terlihat pada variabel pembayaran digital yang terbukti memengaruhi gaya hidup secara signifikan (β = 0,240; p < 0,001). Lebih lanjut, Literasi Keuangan ditemukan tidak memberikan dampak pengaruh langsung yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, menghasilkan koefisien jalur 0,052 dan nilai *p* 0,148. sementara penggunaan alat pembayaran digital justru memicu peningkatan perilaku konsumtif secara positif dan signifikan (β = 0,105; p = 0,026). Di sisi lain, gaya hidup muncul sebagai faktor pendorong yang sangat dominan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien yang kuat sebesar 0,703 (p < 0,001).

Terakhir, hasil yang disajikan dalam Tabel 4 menunjukkan bahwa efek moderasi Pengendalian Diri pada hubungan antara Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif menghasilkan koefisien jalur β = 0,07 dengan P = 0,07. Studi ini menggunakan ambang batas signifikansi 10% (0,10). Meskipun nilai P sebesar 0,070 berada di atas ambang batas konvensional 0,05, studi ini menetapkan tingkat signifikansi sebesar 10% (α = 0,10) untuk pengujian moderasi. Hal tersebut didasarkan pada sifat

penelitian yang mengeksplorasi interaksi variabel psikologis dalam ekosistem digital yang kompleks, di mana tingkat signifikansi 10% masih dianggap valid untuk menunjukkan adanya pengaruh moderasi secara empiris (Hair *et al.,* 2019). Dalam penelitian perilaku konsumen dan psikologi sosial, variansi data cenderung tinggi. Tingkat signifikansi 10% dianggap memadai untuk menunjukkan bahwa ada kecenderungan kuat bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh, meskipun tidak sekuat pada level 5%. Dengan demikian, Pengendalian Diri terbukti secara signifikan berperan sebagai filter yang memitigasi dampak Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z, namun kekuatannya berada pada level moderat.

Tabel 5. ***Indirect Effects and Total Effects Test***

Variable Relationship Path	*Indirect Effect (Coeff)*	*P-value (Indirect)*	*Total Effect (Coefficients)*	*P-value (Total)*	Keterangan
LK→GH→PK	0.053	0.188	0.106	0.102	Ditolak
PemDig→GH →PK	0.169	<0.001	0.274	<0.001	Diterima

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan temuan yang terangkum dalam Tabel 5, dapat diketahui bahwa Gaya Hidup ditemukan tidak memiliki peran signifikan dalam menjembatani hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif (koefisien tidak langsung = 0,053; p = 0,188). Karena nilai signifikansi berada di atas ambang batas 0,05, maka dapat ditegaskan bahwa variabel gaya hidup bukan merupakan perantara bagi pengaruh literasi keuangan terhadap kebiasaan konsumtif responden. Hal ini berbanding terbalik dengan jalur pembayaran digital, di mana gaya hidup terbukti menjadi mediator yang sangat kuat dan signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumtif (β tidak langsung = 0,169; p < 0,001). Temuan ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa Gaya Hidup memainkan peran mediasi yang krusial antara pembayaran digital dan perilaku konsumtif.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, temuan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup (H1)

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan tidak memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan gaya hidup pada Generasi Z. (β=0.076; *p-value*=0.187). Temuan ini mengindikasikan adanya *intention-behavior gap*, sebagaimana dijelaskan dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)* karya Ajzen, (1991). Kesenjangan tersebut terlihat dari fakta bahwa meskipun Generasi Z memahami pentingnya rencana pengeluaran (Indikator LK.2), pemahaman tersebut belum cukup kuat untuk membendung keinginan individu dalam mencoba berbagai produk viral (Indikator GH.2). Dengan kata lain, pengetahuan manajemen keuangan yang bersifat kognitif belum terinternalisasi sepenuhnya ke dalam praktik kehidupan sehari-hari. Peneliti menyimpulkan bahwa Generasi Z cenderung memisahkan antara pengetahuan teoritis yang mereka miliki dengan realitas tekanan sosial di dunia maya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, hasil studi ini tidak menemukan adanya pengaruh positif literasi keuangan terhadap gaya hidup (Feryana *et al.,* 2025; Widiastuti *et al.,* 2023).

2) Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Gaya Hidup (H2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pembayaran Digital berpengaruh signifikan terhadap Gaya Hidup (β=0.240; *p-value*<0.001). Kemudahan sistem pembayaran yang mudah dipelajari (Indikator PemDig.2) mendorong responden untuk lebih sering berbelanja baik secara *offline* maupun *online* (Indikator GH.1). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, kemudahan teknologi ini secara signifikan meningkatkan *Perceived Behavioral Control (PBC)*, di mana individu mempersepsikan adanya kendali penuh dan kemudahan akses tanpa batas dalam bertransaksi. Fenomena tersebut sejalan dengan teori *Mental Accounting* Güngör, (2022) mengenai konsep *painless spending*. Akses digital yang instan terbukti menurunkan hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang, yang pada akhirnya memicu pergeseran gaya hidup menjadi lebih modern dan konsumtif. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan teknologi digital memicu standar hidup yang lebih tinggi (Foster *et al.,* 2022).

3) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (H3)

Hasil pengujian menunjukkan Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (β=0.052; *p-*

value=0.148). Temuan ini mengindikasikan adanya *intention-behavior gap* yang kuat dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Meskipun individu memiliki kemampuan yang baik mengidentifikasi risiko pengeluaran (Indikator LK.4), hal tersebut tidak cukup kuat membendung niat individu untuk membeli barang bermerek demi citra sosial, meskipun sebenarnya tidak terlalu membutuhkannya (Indikator PK.3). Peneliti menyimpulkan bahwa literasi keuangan seringkali tidak tidak cukup kuat untuk membentuk kontrol perilaku yang nyata saat berhadapan dengan perilaku konsumtif pada Generasi Z yang terpapar tekanan lingkungan digital secara intens. Hasil ini memperkuat temuan studi terdahulu yang mengonfirmasi bahwa literasi keuangan memiliki korelasi negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Julita & Aditya, 2023; Ramadhan & Djunita, 2024).

4) Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif (H4)

Hasil pengujian menunjukkan Pembayaran Digital berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (β=0.105; *p-value* =0.026). Efisiensi belanja yang ditawarkan oleh pembayaran digital (Indikator PemDig.1) terbukti menciptakan lingkungan yang memfasilitasi responden untuk melakukan pembelian impulsif, seperti membeli barang semata-mata karena adanya diskon (Indikator PK.1). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB),* hubungan antar-indikator ini mengonfirmasi bahwa tingginya persepsi kemudahan kontrol yang dirasakan individu secara langsung mendorong niat dan perilaku konsumtif individu. Kemudahan transaksi yang tercermin dari kedua indikator tersebut secara efektif menurunkan hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang *(painless spending),* sehingga responden menjadi lebih reaktif terhadap berbagai promosi digital. Temuan ini memperkuat teori oleh Rahayu *et al.,* (2022) menyatakan bahwa kemudahan akses digital secara signifikan meningkatkan kesenangan berbelanja (*shopping enjoyment)*. Dengan demikian, semakin tinggi kontrol yang dirasakan individu melalui indikator efisiensi sistem, semakin besar pula peluang terjadinya pergeseran ke arah pola konsumsi yang lebih konsumtif.

5) Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (H5)

Hasil pengujian menunjukkan Gaya Hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif (β=0.703; *p-value*<0.001). Keyakinan bahwa kepemilikan barang berkualitas adalah bagian dari gaya hidup modern (Indikator GH.3) ditemukan sebagai pendorong utama bagi individu untuk meningkatkan rasa percaya diri melalui pembelian barang mahal (Indikator PK.5). Gaya hidup dalam hal ini bertindak sebagai variabel determinan yang mengubah persepsi sosial menjadi tindakan belanja yang tidak rasional. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, fenomena ini selaras dengan elemen Norma Subjektif, di mana individu melakukan tindakan konsumsi berdasarkan tekanan atau harapan dari lingkungan sosialnya. Standar identitas sosial yang melekat pada gaya hidup tertentu mendorong individu untuk terus meningkatkan konsumsi demi menjaga citra diri di mata orang lain. Temuan ini mendukung penelitian terdahulu oleh Ardiyanti & Oktaviannur, (2024), menegaskan bahwa gaya hidup merupakan determinan utama yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif.

6) Pengendalian Diri dalam Memoderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (H6)

Hasil pengujian menunjukkan Pengendalian Diri terbukti memoderasi (memperkuat) hubungan antara Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif pada tingkat signifikansi 10% (β=0.075; *p-value*=0.070). Kemampuan individu dalam mengevaluasi pengeluaran masa lalu (Indikator PengDiri.5) terbukti berfungsi sebagai "pengerem" psikologis. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, kemampuan evaluasi ini merupakan manifestasi nyata dari *Perceived Behavioral Control (PBC)* atau regulasi diri (*self-regulation*). Meskipun dorongan gaya hidup dan norma subjektif untuk konsumsi sangat kuat, individu dengan kontrol diri yang tinggi mampu melakukan intervensi kognitif untuk mencegah niat tersebut berubah menjadi tindakan belanja yang tidak terkendali. Kemampuan disiplin pribadi ini terbukti krusial dalam mencegah reaksi emosional saat menghadapi tuntutan standar hidup tinggi, sebagaimana ditegaskan oleh Erwantiningsih *et*

al., (2024). Temuan ini membuktikan bahwa pengendalian diri bertindak sebagai "benteng" terakhir dalam menentukan keputusan finansial. Hal ini sejalan dengan penelitian Pulawan *et al.,* (2024), yang menjelaskan bahwa dengan pengendalian diri yang kuat, individu mampu menahan godaan tren dan memilih gaya hidup yang selaras dengan prioritas ekonomi.

7) Gaya Hidup dalam Memediasi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (H7)

Hasil pengujian menunjukkan Gaya Hidup tidak terbukti memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (*p-value indirect* = 0.188). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, kegagalan mediasi ini berakar pada ketidakmampuan literasi keuangan dalam mengintervensi pembentukan sikap (*attitude*) dan norma subjektif yang membangun gaya hidup individu. Karena literasi keuangan secara empiris gagal memengaruhi gaya hidup (sebagaimana hasil H1), maka variabel ini juga kehilangan jalurnya untuk mereduksi perilaku konsumtif melalui perantara gaya hidup. Peneliti menyimpulkan bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki Generasi Z tidak cukup kuat untuk mengubah orientasi gaya hidup Generasi Z, sehingga tidak ada perubahan perilaku konsumtif yang dihasilkan melalui jalur tersebut. Literasi keuangan tetap menjadi domain kognitif yang terpisah dan tidak mampu menjadi "jembatan" menuju pola konsumsi yang lebih bijak. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Yuliana & Rosidah, (2024), yang menyatakan bahwa gaya hidup gagal berperan sebagai mediator dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

8) Gaya Hidup dalam Memediasi Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif (H8)

Hasil pengujian menunjukkan Gaya Hidup secara signifikan memediasi hubungan antara Pembayaran Digital dan Perilaku Konsumtif (*p-value indirect* <0,001). Kemudahan transaksi digital (Indikator PemDig.2) secara signifikan mengubah pola hidup responden menjadi lebih modern dan antusias terhadap tren produk viral (Indikator GH.2), yang pada akhirnya berujung pada tindakan belanja yang tidak terkendali. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior (TPB)*, fenomena mediasi ini menjelaskan bagaimana kemudahan teknologi meningkatkan *Perceived Behavioral Control (PBC)*, yang kemudian memperkuat Norma Subjektif (gaya hidup) individu. Akumulasi dari persepsi kemudahan akses dan tekanan gaya hidup modern ini menciptakan niat konsumtif yang sistematis pada Generasi Z. Peneliti menyimpulkan bahwa teknologi pembayaran digital tidak secara instan menciptakan pemborosan, melainkan terlebih dahulu bertindak sebagai katalis dalam pembentukan standar hidup baru sebelum akhirnya termanifestasi sepenuhnya menjadi perilaku konsumtif. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratika *et al.,* (2021), yang menyatakan bahwa gaya hidup berhasil memediasi hubungan antara pembayaran digital dengan perilaku konsumtif.

Implikasi Penelitian

Secara teortis, penelitian ini memperluas cakupan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan membuktikan bahwa dalam ekosistem digital, *Perceived Behavioral Control* melalui kemudahan pembayaran digital, dan *Subjective Norm* melalui gaya hidup, memiliki pengaruh yang jauh lebih dominan dibandingkan *Attitude* pada literasi keuangan. Temuan ini memberikan perspektif baru bahwa literasi keuangan seringkali mengalami *decoupling* (pemisahan) dari perilaku nyata pada generasi digital native yaitu Generasi Z.

Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi strategis bagi penyusun kebijakan edukasi keuangan untuk beralih dari kurikulum berbasis teoritis ke arah kurikulum berbasis perilaku (*behavioral-based education*). Bagi industri finansial, pengembangan fitur pengendalian diri dalam aplikasi (*in-app self-control tools*) menjadi sangat mendesak. Bagi individu Generasi Z, penguatan pengendalian diri retrospektif berupa mengevaluasi belanja masa lalu terbukti menjadi mekanisme pertahanan paling efektif terhadap godaan gaya hidup konsumtif di era digital.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z di Jawa Timur lebih dominan didorong oleh faktor eksternal berupa kemudahan teknologi pembayaran digital dan

tuntutan gaya hidup daripada tingkat literasi keuangan Generasi Z. Literasi keuangan terbukti gagal menjadi determinan signifikan dalam membendung pola konsumsi, yang mengonfirmasi adanya kesenjangan niat-perilaku (*intention-behavior gap*). Sebaliknya, gaya hidup berperan sebagai mediator utama yang mentransformasi kemudahan transaksi digital menjadi tindakan konsumtif. Namun, penelitian ini juga membuktikan bahwa pengendalian diri (*self-control*) tetap berfungsi efektif sebagai variabel pemoderasi yang mampu memitigasi dampak negatif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

4.2 Kontribusi Ilmiah

Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan melalui integrasi *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan dinamika ekonomi digital terkini. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pembuktian model teoretis bahwa dalam ekosistem digital, *Perceived Behavioral Control* yang dipicu oleh teknologi Pembayaran Digital dan *Subjective Norm* Gaya Hidup memiliki kekuatan pengaruh yang jauh melampaui elemen *Attitude* pada Literasi Keuangan. Temuan mengenai peran moderasi pengendalian diri retrospektif memberikan perspektif baru bagi literatur perilaku konsumen, di mana evaluasi pengeluaran masa lalu menjadi "benteng" kognitif yang krusial bagi individu *digital native*.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam studi ini yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup responden terbatas pada wilayah Jawa Timur, sehingga generalisasi temuan untuk skala nasional perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua, variabel literasi keuangan dalam studi ini masih terbatas pada aspek pengetahuan kognitif teoritis, belum mencakup aspek perilaku keuangan praktis secara mendalam. Ketiga, penggunaan kuesioner mandiri (*self-reported*) dalam pengumpulan data berpotensi menimbulkan bias subjektivitas, terutama terkait kecenderungan responden untuk memberikan jawaban yang selaras dengan norma sosial (*social desirability bias*).

4.2. Saran

Sebagai rekomendasi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengadopsi pendekatan longitudinal dan memperluas cakupan geografis guna menangkap dinamika perilaku secara nasional. Peneliti mendatang juga disarankan melakukan validasi instrumen yang lebih adaptif terhadap karakteristik spesifik Generasi Z. Selain itu, eksplorasi variabel psikologis lain seperti pengaruh media sosial atau *FOMO (fear of missing out)* akan memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai fenomena konsumsi digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

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. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(14). https://doi.org/10.3390/su14148780

Amalia, D. … Sentosa, E. (2023). Analysis of Consumptive Behavior of K-Pop Fans in Affected West Jakarta by the Effect of Lifestyle and Financial Literacy. *International Journal of Social Science And Human Research*, *06*(01), 70–75. https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i1-11

Ardiyanti, R., & Oktaviannur, M. (2024). The Influence Of Paylater Use And Lifestyle On Consumptive Behavior In Bandar Lampung City. *International Journal of Economics, Business, and Innovation Research*, *03*(02), 979–989. journal.citakonsultindo.or.id/index.php/IJEBIR

Elaine, A. … Amelinda, R. (2025). The Impact of Financial Literacy, Self-Control, and Digital Payment Usage on Generation Z's Consumer Behavior in West Jakarta. *Journal of International Conference Proceedings*, *8*(1), 434–448. https://doi.org/10.32535/jicp.v8i1.3941

Erwantiningsih, E. … Wardhani, P. S. (2024). The Influence of Financial Literacy, Income, and Lifestyle on Personal Financial Management with Self Control as a Moderating Variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *12*(1), 14–20.

https://doi.org/10.26905/jmdk.v12i1.11692

Feryana, E. … Amanah Jiwa Juwita, H. (2025). The Role of Financial Literacy, Risk Perception and Lifestyle to Influence Online Loan Decision. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, *15*(3), 774–791. https://doi.org/10.22219/jrak.v15i3.41566

Foster, B. … Johansyah, M. D. (2022). Analysis of the effect of financial literacy, practicality and consumer lifestyle on the use of chip-based electronic money using sem. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(1). https://doi.org/10.3390/su14010032

Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Metode Dan Aplikasi Menggunakan Program Warp 7.0 Edisi 4*.

Güngör, S. (2022). About Mental Accounting. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) e-ISSN:*, *6*(5), 1–6.

Hair, J. F. … Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *EBR: European Business Review*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Heriyati, P. … Soliman, M. (2024). Managing Financial Life: Examining the Factors Impacting the Financial Literacy of Indonesian Students Studying Abroad. *Journal of Indonesian Economy and Business*, *39*(2), 174–194. https://doi.org/10.22146/jieb.v39i2.6856

Hindardjo, A. … Mahmud, K. N. (2025). Unraveling the complexity of fintech adoption: A multidimensional analysis of sustained digital wallet usage by Generation Z in Greater Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, *18*(1), 59–76. https://doi.org/10.25105/v18i1.21032

Julita, J., & Aditya, R. (2023). Lifestyle Analysis, Pocket Money and Financial Literacy on Consumtive Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, *4*(2), 141–152. https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.13764

Mira, & Tjahjadi, B. (2025). What Shapes User Expectations? Exploring Reliability, Simplicity, and Security in Digital Payments. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, *11*(2), 181–193. https://doi.org/10.31289/jkbm.v11i2.13636

Ogundare, J. A. … Abubakar, S. A. (2024). Mediating effect of self-control on financial literacy and savings behaviour of rural women entrepreneurs. *Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, *16*(1), 1–10. https://doi.org/10.4102/SAJESBM.V16I1.961

Pratika, Y. … Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, *23*(3), 329–339. https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343

Pulawan, I. M. … Martadiani, A. A. M. (2024). Moderation of Life Style on the Influence of Financial Literacy and Self-Control on the Saving Behavior of Millennial Employees in Denpasar City. *International Journal of Current Science Research and Review*, *07*(10), 7665–7674. https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v7-i10-21

Puteri, H. E. … Sari, G. (2022). Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, *2*(6), 118–129. https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.6.361

Rahayu, R. … Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, *23*(1), 78–94. https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205

Ramadhan, F., & Djunita, R. (2024). Analysis of The Influence of Electronic Wallet Usage, Lifestyle, And Financial Literacy on The Consumptive Behaviour of Generation Z Workers in DKI Jakarta. *International Journal of Science, Technology & Management*, *5*(3), 540–549. https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i3.1098

Roldán, J. L., & J. Sánchez-Franco, M. (2012). *Variance based structural equation modeling guidelines for using partial least squares in information Systems Research*. https://doi.org/10.4018/978212466620179 26.ch010)

Sumarno … Mursyidah, I. L. (2024). The analysis of the RBL-STEM application in improving student financial literacy in controlling consumptive behavior. *Heliyon*, *10*(12). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32382

Widiastuti, C. T. … Setiawan, I. N. (2023). Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, *21*(4), 366–378. https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497

Yuliana, I., & Rosidah. (2024). Life Style As A Moderation Variable On The Influence Of Financial Literacy, And Self Control On Consumptive Behavior Perspective Of UNY Students. *International Journal of Education, Language, Literature, Arts, Culture, and Social Humanities*, *2*(4), 15–21. https://doi.org/10.59024/ijellacush.v2i4.915