

Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Transaksi Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bima

Asrah Mulyati¹, Baharudin²

¹Program Studi Akuntansi Sektor Publik, Politeknik AMA, Kota Bima, Indonesia.

²Program Studi Agribisnis Peternakan, Politeknik AMA, Kota Bima, Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima. Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan dompet digital sebagai instrumen transaksi yang menawarkan kemudahan dan kecepatan, terutama di kalangan generasi muda. Namun, kemudahan ini berpotensi mendorong perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden Generasi Z di Kota Bima yang aktif menggunakan dompet digital. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan kemudahan transaksi dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan di kalangan Generasi Z serta perlunya kontrol diri dalam memanfaatkan kemudahan transaksi digital untuk menekan perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Transaksi, Dompot Digital, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

Abstract

This study aims to analyze the influence of financial literacy and the ease of digital wallet transactions on the consumptive behavior of Generation Z in Bima City. Advancements in digital technology have introduced digital wallets as transaction instruments offering convenience and speed, particularly for the younger generation. However, this convenience has the potential to trigger consumptive behavior if not balanced with adequate financial literacy. This study employs a quantitative approach with a causal design. Primary data were collected via questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents in Bima City who actively use digital wallets. Data analysis was conducted using the multiple linear regression method. The results indicate that financial literacy has a significant negative effect on consumptive behavior, whereas the ease of digital wallet transactions has a significant positive effect on consumptive behavior. Simultaneously, both variables significantly influence consumptive behavior. These findings underscore the importance of enhancing financial literacy among Generation Z and the need for self-control when utilizing the convenience of digital transactions to curb consumptive behavior.

Keywords: Financial Literacy, Transaction Convenience, Digital Wallet, Consumptive Behavior, Generation Z

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem pembayaran dan transaksi keuangan. Dompet digital (*e-wallet*) menjadi salah satu inovasi *financial technology* yang semakin populer, menawarkan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam bertransaksi. Berdasarkan laporan Bank Indonesia, transaksi melalui dompet digital menunjukkan peningkatan signifikan dan diproyeksikan terus meningkat seiring dengan adopsi teknologi oleh masyarakat. Generasi Z, yang lahir pada rentang tahun 1997-2012, merupakan generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital. Mereka menjadi pengguna internet dan dompet digital terbesar di Indonesia, dengan durasi akses internet lebih dari tujuh jam sehari. Kemudahan akses dan berbagai promo menarik seperti *cashback* dan diskon yang ditawarkan oleh penyedia dompet digital secara tidak langsung mendorong perilaku konsumtif di kalangan penggunanya. Penelitian menunjukkan bahwa 58,4% pengguna dompet digital mengaku menjadi lebih konsumtif sejak menggunakan layanan tersebut.

Fenomena ini menjadi perhatian serius, terutama di Kota Bima yang juga mengalami penetrasi teknologi digital yang semakin meluas. Perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan finansial jangka panjang, terutama bagi generasi muda yang masih dalam tahap pembentukan kebiasaan keuangan. Literasi keuangan berperan penting dalam membantu individu mengelola keuangan secara bijak. Seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih selektif dalam melakukan konsumsi, memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan negatif dengan perilaku konsumsi semakin tinggi pemahaman seseorang tentang keuangan, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtifnya. Namun, temuan lain menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan tergolong tinggi, variabel ini tidak selalu mampu memoderasi hubungan antara penggunaan dompet digital dan perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman finansial yang baik belum tentu diikuti dengan pengendalian perilaku konsumsi, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan dan kepraktisan transaksi digital. Penelitian ini mengkaji secara spesifik pengaruh literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima.

Penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen, di mana perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Literasi keuangan dapat dipahami sebagai bentuk kontrol perilaku yang seharusnya mampu mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif. Sementara itu, kemudahan transaksi dompet digital merepresentasikan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi kontrol dan niat berperilaku. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima; (2) menganalisis pengaruh kemudahan transaksi dompet digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima; dan (3) menganalisis pengaruh simultan literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen keuangan, serta kontribusi praktis bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan program edukasi keuangan yang lebih efektif bagi generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

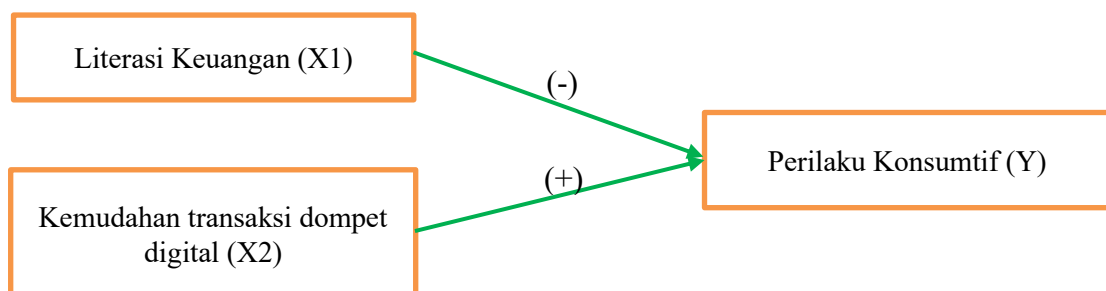
Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Kontrol perilaku yang dipersepsikan merujuk pada keyakinan individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku, yang mencakup faktor internal seperti pengetahuan dan keterampilan, serta faktor

eksternal seperti ketersediaan sumber daya dan peluang. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan dapat dipahami sebagai bentuk kontrol perilaku internal yang mempengaruhi keputusan konsumsi. Individu dengan literasi keuangan yang baik seharusnya memiliki kontrol perilaku yang lebih tinggi sehingga mampu menahan dorongan konsumtif. Sementara itu, kemudahan transaksi dompet digital merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi control semakin mudah suatu transaksi dilakukan, semakin rendah hambatan yang dirasakan untuk melakukan pembelian, yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Indikator perilaku konsumtif meliputi pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian tanpa perencanaan (*irrational buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan pembelian untuk meningkatkan status sosial. Generasi Z menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti paparan media sosial, konformitas dengan teman sebaya, dan kemudahan akses transaksi digital. Penelitian di Purwokerto menunjukkan bahwa rata-rata skor perilaku konsumtif Generasi Z tergolong tinggi, ditunjukkan melalui penggunaan dompet digital untuk belanja online, memanfaatkan promo dan diskon, serta kemudahan transaksi digital lainnya.

Literasi keuangan didefinisikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman, kepercayaan diri, dan keterampilan dalam mengelola uang. Individu dengan literasi keuangan yang baik mampu membuat keputusan finansial yang lebih tepat, yang pada akhirnya mendukung tercapainya kesejahteraan ekonomi. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan negatif dengan perilaku konsumtif. Seseorang dengan literasi keuangan yang baik akan lebih selektif dalam konsumsi, memprioritaskan kebutuhan dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari keputusan keuangannya. Sebaliknya, literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan pengelolaan keuangan yang buruk dan kecenderungan berutang untuk tujuan konsumtif. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak selalu signifikan dalam memoderasi hubungan antara penggunaan dompet digital dan perilaku konsumtif. Meskipun individu memiliki pemahaman keuangan yang baik, hal tersebut tidak cukup kuat untuk menahan dorongan konsumtif yang difasilitasi oleh kemudahan penggunaan dompet digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Syania et al. (2022) dan Dewi Oktary (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital tidak berperan sebagai moderator yang signifikan

Dompot digital atau *e-wallet* adalah sistem pembayaran elektronik yang memfasilitasi transaksi tanpa uang tunai melalui aplikasi di ponsel. Beberapa aplikasi dompet digital yang populer di Indonesia antara lain GoPay, OVO, DANA, dan LinkAja. Kemudahan transaksi mencakup aspek kecepatan, kepraktisan, fleksibilitas, dan keuntungan berupa promo atau *cashback*. Penelitian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi dompet digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin mudah dan praktis suatu transaksi, semakin tinggi kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara impulsif. Penelitian di Banjarmasin menemukan bahwa efisiensi dan kemudahan dompet digital secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.



- H1** : Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima.
- H2** : Kemudahan transaksi dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima.
- H3** : Literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang memakai data berupa angka-angka dengan penekanan pada pengukuran hasil yang objektif disertai analisis statistik. Pendekatan kausal digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen (literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Bima yang aktif menggunakan dompet digital. Generasi Z didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Penelitian ini memfokuskan pada rentang usia 17-25 tahun yang merupakan pengguna dompet digital aktif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) berdomisili di Kota Bima; (2) berusia 17-25 tahun; (3) aktif menggunakan dompet digital minimal 6 bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden berdasarkan pendekatan minimal sampel untuk regresi berganda.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berbasis *Google Form* yang disebarakan secara *online* melalui media sosial dan *platform* komunikasi digital. Kuesioner menggunakan skala Likert 4 poin untuk menghindari kecenderungan jawaban netral. Instrumen penelitian terdiri dari: **Variabel Literasi Keuangan (X1)**: Diukur melalui indikator pemahaman konsep keuangan, keterampilan mengelola keuangan, keyakinan dalam pengambilan keputusan keuangan, dan perencanaan keuangan. **Variabel Kemudahan Transaksi Dompet Digital (X2)**: Diukur melalui indikator kepercayaan, kemudahan transaksi, fleksibilitas, dan keuntungan (*promo/cashback*). **Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**: Diukur melalui indikator pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian tidak rasional (*irrational buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan pembelian untuk status sosial. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, di mana item dinyatakan valid jika nilai korelasi > 0,3. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, di mana instrumen dinyatakan reliabel jika nilai alpha > 0,5.

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap: **Statistik Deskriptif**: Untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban kuesioner. **Uji Asumsi Klasik**: Meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), uji multikolinearitas (VIF), dan uji heteroskedastisitas (Glejser). **Analisis Regresi Linier Berganda**: Model persamaan regresi yang digunakan adalah: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$. **Uji Hipotesis**: Meliputi uji t (parsial) dan uji F (simultan) dengan tingkat signifikansi 0,05. Analisis data menggunakan perangkat lunak statistik IBM SPSS Statistics.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden Generasi Z di Kota Bima, karakteristik responden adalah sebagai berikut:

Table 1 distribusi responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
---------------	----------	--------	------------

Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42%
	Perempuan	58	58%
Usia	17-19 tahun	35	35%
	20-22 tahun	40	40%
	23-25 tahun	25	25%
Dompot Digital yang digunakan	OVO	45	45%
	GoPay	38	38%
	DANA	12	12%
	LinkAja	5	5%
Frekuensi	> 10 kali/bulan	52	52%
Transaksi	5-10 kali/bulan	33	33%
	< 5 kali/bulan	15	15%

Sumber: data primer diolah2026

Sebagian besar responden (58%) adalah perempuan, dengan rentang usia dominan 20-22 tahun (40%). Dompot digital yang paling banyak digunakan adalah OVO (45%) dan GoPay (38%). Sebanyak 52% responden melakukan transaksi dompet digital lebih dari 10 kali per bulan, menunjukkan tingkat adopsi dan penggunaan yang tinggi di kalangan Generasi Z Kota Bima.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan rata-rata skor perilaku konsumtif responden termasuk dalam kategori tinggi (rata-rata skor 15,8 dari skor maksimal 20), yang mengindikasikan bahwa Generasi Z di Kota Bima cenderung memiliki kebiasaan konsumsi yang aktif. Hal ini sejalan dengan temuan di Purwokerto yang menunjukkan rata-rata skor perilaku konsumtif sebesar 16,09. Rata-rata skor literasi keuangan responden adalah 15,3 dari skor maksimal 20, termasuk dalam kategori tinggi. Artinya, secara umum Generasi Z di Kota Bima memiliki pemahaman yang baik terkait pengelolaan keuangan. Namun, rata-rata skor kemudahan transaksi dompet digital yang tinggi (16,1) menunjukkan bahwa responden sangat merasakan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam bertransaksi menggunakan dompet digital.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan untuk ketiga variabel memiliki nilai korelasi > 0,3, sehingga dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel literasi keuangan (0,812), kemudahan transaksi dompet digital (0,845), dan perilaku konsumtif (0,878), yang semuanya > 0,6, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,182 > 0,05, yang berarti data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF untuk variabel literasi keuangan (1,234) dan kemudahan transaksi dompet digital (1,234) < 10, serta nilai tolerance > 0,1, yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan Glejser menunjukkan nilai signifikansi > 0,05 untuk semua variabel, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,245 - 0,312 X_1 + 0,428 X_2$$

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
Konstanta	8,245	3,124	1,984	0,002	-
Literasi Keuangan (X_1)	-0,312	-2,645	1,984	0,010	Signifikan
Kemudahan Transaksi (X_2)	0,428	3,876	1,984	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah (atau output SPSS/OLS), tahun 2026.

$$R^2 = 0,347$$

$$F\text{-hitung} = 25,124; F\text{-tabel} = 3,09; \text{Sig. } F = 0,000$$

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar -2,645 dengan signifikansi $0,010 < 0,05$. Hal ini berarti literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, H1 diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian di Malang, Kota Batam, dan Kota Jambi yang juga menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan Generasi Z di Kota Bima, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtifnya. Individu dengan literasi keuangan yang baik lebih selektif dalam konsumsi, memprioritaskan kebutuhan dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari keputusan keuangannya. Minimnya literasi keuangan akan menyebabkan seseorang memiliki keterikatan dengan utang dan pemikiran yang kurang rasional dalam mengelola uang.

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,876 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti kemudahan transaksi dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, H2 diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian di Purwokerto, Banjarmasin, Kupang, dan Bandung yang juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan dompet digital mendorong perilaku konsumtif. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan transaksi dompet digital, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan berbagai promo seperti *cashback* dan diskon yang ditawarkan oleh penyedia dompet digital secara tidak langsung mendorong perilaku konsumtif. Penelitian menunjukkan bahwa 58,4% pengguna dompet digital mengaku menjadi lebih konsumtif sejak menggunakan layanan tersebut. Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 25,124 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, H3 diterima. Nilai R^2 sebesar 0,347 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 34,7% variasi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 65,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa terdapat hubungan yang kompleks antara literasi keuangan, kemudahan transaksi dompet digital, dan perilaku konsumtif Generasi Z. Di satu sisi, literasi keuangan yang baik berperan sebagai faktor protektif yang mampu menekan perilaku konsumtif. Di sisi lain, kemudahan transaksi dompet digital yang semakin tinggi justru mendorong perilaku konsumtif. Hasil ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB), khususnya pada aspek kontrol perilaku yang dipersepsikan. Literasi keuangan berfungsi sebagai bentuk kontrol perilaku internal yang membantu individu membuat keputusan konsumsi yang lebih rasional. Namun, kemudahan transaksi dompet digital sebagai faktor eksternal dapat melemahkan kontrol tersebut karena menurunkan hambatan yang dirasakan untuk melakukan pembelian.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki literasi keuangan yang baik, hal tersebut tidak selalu cukup untuk menahan dorongan konsumtif yang difasilitasi oleh kemudahan digital. Penelitian di Purwokerto menemukan bahwa literasi keuangan digital tidak berperan sebagai moderator yang signifikan dalam hubungan antara penggunaan dompet digital dan perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku belum optimal dalam konteks ini. Hal ini membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi faktor lain yang mungkin berperan lebih efektif dalam memoderasi hubungan antara dompet digital dan perilaku konsumtif, seperti kontrol diri, impulsivitas, atau gaya hidup. Penelitian di Banda Aceh menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara penelitian di Jambi menunjukkan bahwa gaya hidup dan media sosial juga berperan penting.

SIMPULAN

Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan keterampilan mengelola keuangan yang baik membantu individu lebih selektif dan rasional dalam melakukan konsumsi. Kemudahan transaksi dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima. Semakin tinggi persepsi kemudahan dalam bertransaksi menggunakan dompet digital, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan berbagai promo mendorong pembelian impulsif. Literasi keuangan dan kemudahan transaksi dompet digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bima. Kedua variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan 34,7% variasi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Implikasi Teoretis: Penelitian ini memperkuat teori perilaku terencana (TPB) dalam menjelaskan perilaku konsumtif di era digital. Literasi keuangan berperan sebagai kontrol perilaku internal, sedangkan kemudahan transaksi digital merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi kontrol. Namun, temuan ini juga menunjukkan bahwa kontrol perilaku internal belum cukup kuat untuk mengatasi pengaruh faktor eksternal dalam konteks dompet digital. Disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan melalui berbagai sumber edukasi yang tersedia, serta mengembangkan kontrol diri dalam menggunakan dompet digital. Penting untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menetapkan batasan transaksi harian atau bulanan. Diperlukan program literasi keuangan yang lebih aplikatif dan kontekstual, tidak hanya bersifat informatif tetapi juga membentuk kebiasaan dan kontrol diri dalam menghadapi godaan konsumsi digital. Program ini dapat dilakukan melalui sekolah, media sosial, dan kampanye digital yang menarik bagi generasi muda.

KONTRIBUSI

Secara teoretis, penelitian ini memperluas Teori Perilaku Terencana dengan mengungkap adanya *digital gap*, yaitu dominasi faktor eksternal teknologi atas kontrol internal, serta memperkenalkan konsep *digital financial vulnerability* sebagai fenomena baru pada Generasi Z. Secara praktis, penelitian ini melahirkan protokol sederhana "*Stop-Before-You-Click*" dan memberikan rekomendasi desain fitur dompet digital yang lebih etis. Secara kebijakan, temuan ini menjadi dasar ilmiah untuk mengubah pendekatan literasi keuangan dari *knowledge-based* menjadi *habit-based*, serta merancang kampanye digital yang kontekstual dan menarik bagi generasi muda, khususnya melalui platform yang mereka gunakan sehari-hari. Secara metodologis, dengan R^2 sebesar 34,7%, penelitian ini membuka agenda riset lanjutan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti kontrol diri, pengaruh sosial, dan literasi digital. Terakhir, sebagai studi pertama di Kota Bima, penelitian ini memperkaya khazanah literatur perilaku keuangan berbasis Indonesia Timur dan memberikan peta masalah yang spesifik untuk intervensi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, M., Setiawati, R., & Ihsan, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Literasi Keuangan dan e-Money terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 193-202.
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi*.

- Fahriansa, N. (2025). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 117-135.
- Muqnitha, L. (2025). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Generasi Z Purwokerto)*. Skripsi, UIN Saizu Purwokerto.
- Nisa, F. (2025). *Pengaruh Efisiensi Dan Kemudahan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Banjarmasin*. Skripsi, UIN Antasari Banjarmasin.
- Novianti, V. A. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet pada Kalangan Generasi Z Banda Aceh*. Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Nurhaibah, S., & Apriadi, D. (2025). Analisis Pengaruh Dompot Digital dan Cashback Terhadap Perilaku Keuangan Konsumen di E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 59-72.
- Oktafiani, N. U., Syarifudin, E., & Jajuli, S. (2026). The Influence of Digital Payment Usage and Understanding of Islamic Financial Literacy on Consumer Behavior With Self-Control as A Moderating Variable. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*.
- Rabbani, M. A., Muga, M. P. L., & Mutiara, I. (2026). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Kupang. *Jurnal Mirai Management*, 11(1).
- Reken, F., et al. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Gita Lentera.
- Rizka Noviana Eka Mulyaningsih. (2025). Peran Dompot Digital Meningkatkan Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Radat Banyumas*.
- Tarigan, A., Priambodo, C. G., & Christanto, B. (2026). The Effect of Financial Literacy, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control on the Use of GoPay Digital Wallet with Intention as a Mediation Variable. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(2).
- Triani, N., & Andriani, R. (2022). Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 6(2), 145-162.
- Yani, A., & Pratiwi, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Konformitas, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Sosial*, 9(1), 78-95