



Peran Gaya Hidup Dalam Memoderasi Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Mila Septy Fiani Zustika Sari, Shanti Nugroho Sulistyowati*

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Jombang, Jombang, Indonesia
Jl. Patimura III, No. 20, Sengon, Kecamatan Jombang, 61418, Kabupaten Jombang, Jawa timur, Indonesia

Email: ¹mila.upjb@gmail.com, ^{2,*}shantinugroho@yahoo.com

Email Penulis Korespondensi: shantinugroho@yahoo.com

Abstrak—Perkembangan teknologi keuangan digital telah mendorong perubahan pola transaksi dan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya pada kalangan mahasiswa yang menjadi pengguna aktif layanan *electronic wallet (e-wallet)*. Kemudahan transaksi, efisiensi pembayaran, serta berbagai promo digital yang ditawarkan diduga mampu meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Universitas PGRI Jombang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 272 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dari total populasi sebanyak 837 mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3. Pengujian penelitian meliputi analisis statistik deskriptif, *outer model*, *inner model*, uji hipotesis, dan pengujian moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 0,530 dan *p-value* 0,000. Gaya hidup juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,339 dan *p-value* 0,000. Selain itu, gaya hidup terbukti mampu memoderasi pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif secara signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,148 dan *p-value* 0,001. Keterbaruan penelitian terletak pada integrasi penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa pada era digital. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen digital serta kontribusi praktis bagi peningkatan literasi keuangan mahasiswa dalam penggunaan teknologi pembayaran digital secara lebih bijak.

Kata Kunci: *e-wallet*; perilaku konsumtif; gaya hidup; mahasiswa; SEM-PLS

Abstract—The rapid development of digital financial technology has transformed transaction patterns and consumer behavior, particularly among university students who actively utilize *electronic wallet (e-wallet)* services. Transaction convenience, payment efficiency, and various digital promotional features are considered capable of increasing students' consumptive behavior. This study aims to examine the influence of *e-wallet* usage on consumptive behavior with lifestyle as a moderating variable among students at Universitas PGRI Jombang. The study employed a quantitative approach using an *explanatory research* design. Data were collected through online questionnaires distributed to 272 respondents selected using the Slovin formula from a total population of 837 students. Data analysis was conducted using the *Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS)* method with SmartPLS 3 software. The analytical procedures included descriptive statistical analysis, *outer model* testing, *inner model* evaluation, hypothesis testing, and moderating effect analysis. The findings revealed that *e-wallet* usage had a positive and significant effect on students' consumptive behavior, indicated by a path coefficient of 0.530 and a *p-value* of 0.000. Lifestyle also showed a positive and significant influence on consumptive behavior with a coefficient value of 0.339 and a *p-value* of 0.000. Furthermore, lifestyle significantly moderated the relationship between *e-wallet* usage and consumptive behavior with a coefficient value of 0.148 and a *p-value* of 0.001. The novelty of this study lies in the integration of *e-wallet* usage and lifestyle variables in explaining students' consumptive behavior in the digital era. This research contributes theoretically to the development of digital consumer behavior studies and practically to improving students' financial literacy in the wise use of digital payment technology.

Keywords: *e-wallet*; consumptive behavior; lifestyle; university students; SEM-PLS

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendalam dalam gaya hidup masyarakat modern, termasuk perilaku konsumen. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara orang memperoleh informasi dan berinteraksi secara sosial, tetapi juga membuat transaksi ekonomi lebih cepat, lebih nyaman, dan lebih efisien. Kemajuan teknologi informasi, bersamaan dengan internet, telah mendorong munculnya berbagai platform digital yang memudahkan orang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. E-commerce, media sosial, dan layanan pembayaran digital telah membuat aktivitas konsumen semakin mudah dilakukan kapan saja dan di mana saja. Keadaan ini secara tidak langsung telah menyebabkan perilaku berorientasi konsumen dalam masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda, yang sangat familiar dengan teknologi digital (Bila & Marlina, 2024). Perilaku konsumen dalam konteks masyarakat digital ditandai dengan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian berlebihan tanpa mempertimbangkan secara rasional kegunaan dan prioritas kebutuhan mereka. Fenomena ini semakin diperkuat oleh meningkatnya paparan iklan digital, tren media sosial, dan gaya hidup modern yang memandang konsumsi sebagai bagian dari identitas sosial individu (Ningsih et al., 2025).

Perubahan pola konsumsi masyarakat menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi tidak lagi hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan primer, tetapi juga telah bergeser pada pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier yang bersifat simbolik serta emosional. Dalam kondisi tersebut, konsumsi sering kali dilakukan untuk memperoleh kepuasan psikologis, meningkatkan citra diri, maupun mengikuti tren sosial yang berkembang di lingkungan sekitar. Menurut Sumartono dalam (Pandrianto et al., 2023), perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa yang tidak



lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional dan keinginan sesaat. Perkembangan budaya konsumsi modern menyebabkan masyarakat semakin mudah terpengaruh oleh iklan, *influencer*, maupun simbol status yang ditampilkan melalui media digital. Akibatnya, perilaku konsumtif menjadi salah satu fenomena sosial yang semakin kompleks di era ekonomi digital karena melibatkan aspek psikologis, sosial, dan teknologi secara bersamaan (Wardani & Anggadita, 2021).

Kelompok mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang rentan mengalami perilaku konsumtif di era digital. Mahasiswa berada pada fase transisi menuju kedewasaan yang ditandai dengan tingginya kebutuhan akan pengakuan sosial, eksplorasi identitas diri, serta kecenderungan mengikuti perkembangan tren. Di sisi lain, sebagian besar mahasiswa belum memiliki pendapatan tetap sehingga kemampuan pengelolaan keuangan masih relatif rendah. Kondisi tersebut membuat mahasiswa lebih mudah terdorong melakukan konsumsi tanpa perencanaan yang matang (Zebua et al., 2024). Fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswa semakin terlihat melalui meningkatnya pengeluaran untuk kebutuhan hiburan, *fashion*, kuliner, dan belanja daring dibandingkan kebutuhan akademik maupun kebutuhan pokok lainnya. Wahid (2022) menjelaskan bahwa mahasiswa cenderung mengalokasikan sebagian besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup modern yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, mahasiswa menjadi kelompok yang relevan untuk mengkaji perilaku konsumtif dalam konteks transformasi ekonomi digital saat ini.

Salah satu perkembangan teknologi yang berpengaruh besar terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat adalah hadirnya *Financial Technology* (*FinTech*), khususnya layanan *electronic wallet* atau *e-wallet*. Kehadiran *e-wallet* sebagai alat pembayaran digital telah mengubah pola transaksi masyarakat dari sistem tunai menuju sistem non-tunai yang lebih praktis dan efisien. Bank Indonesia melalui implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) berhasil mendorong peningkatan penggunaan transaksi digital di berbagai sektor ekonomi. Pada tahun 2024, jumlah pengguna QRIS mencapai lebih dari 50 juta pengguna dengan puluhan juta merchant aktif di Indonesia (Bank Indonesia, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin adaptif terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital. Berbagai platform seperti DANA, ShopeePay, GoPay, OVO, dan LinkAja kini menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat, terutama generasi muda yang memiliki tingkat adaptasi teknologi tinggi.

Menurut Astuti dan Faujiah (2023), *e-wallet* merupakan bentuk inovasi *FinTech* yang memanfaatkan media internet sebagai sarana pembayaran digital sehingga memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan fleksibel. Penggunaan *e-wallet* memberikan berbagai kemudahan, seperti efisiensi waktu, keamanan transaksi, kemudahan akses pembayaran, serta adanya promo berupa *cashback* dan diskon yang menarik minat pengguna. Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, penerimaan individu terhadap teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* (Davis & Granic, 2024). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dianggap memberikan manfaat dan mudah digunakan. Dalam konteks *e-wallet*, persepsi kemudahan dan manfaat transaksi digital berpotensi meningkatkan intensitas penggunaan layanan pembayaran digital oleh mahasiswa. Namun demikian, kemudahan transaksi yang ditawarkan *e-wallet* juga dapat memicu peningkatan perilaku konsumtif karena individu cenderung melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial secara matang.

Fenomena meningkatnya penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa transaksi digital telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Intensitas penggunaan *e-wallet* yang tinggi tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga untuk aktivitas hiburan, belanja daring, dan konsumsi gaya hidup lainnya. Promo diskon, *cashback*, dan kemudahan transaksi mendorong mahasiswa lebih sering melakukan pembelian secara spontan. Sahabuddin et al., (2025) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan *e-wallet* dapat mempengaruhi perubahan pola konsumsi individu menjadi lebih konsumtif dan hedonis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi pembayaran digital tidak hanya berdampak pada efisiensi ekonomi, tetapi juga membentuk budaya konsumsi baru yang cenderung impulsif dan materialistis.

Selain penggunaan *e-wallet*, gaya hidup juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini dalam menjalani kehidupan sehari-hari (Ardiyanti & Nasikah, 2022). Dalam penelitian perilaku konsumen, gaya hidup sering dijelaskan melalui pendekatan psikografis *Activities, Interests, and Opinions* (AIO) yang dikembangkan oleh Wells dan Tigert (Zhao & Lyu, 2022). Pendekatan tersebut menggambarkan bahwa gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan kebiasaan konsumsi, tetapi juga mencerminkan identitas sosial, preferensi individu, dan cara seseorang mengekspresikan diri di lingkungan sosialnya. Mahasiswa dengan gaya hidup modern dan berorientasi pada tren digital cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan gaya hidup sederhana dan rasional.

Dalam konteks penelitian ini, gaya hidup diposisikan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis, gemar mengikuti tren, dan aktif dalam aktivitas konsumsi digital cenderung lebih mudah terdorong melakukan pembelian impulsif ketika menggunakan *e-wallet*. Sebaliknya, mahasiswa dengan gaya hidup yang lebih rasional dan memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu membatasi perilaku konsumtif meskipun menggunakan layanan pembayaran digital secara intensif. Dengan demikian, gaya hidup memiliki peran strategis dalam menjelaskan bagaimana penggunaan *e-wallet* memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Penelitian Sahabuddin et al., (2025) menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena kemudahan transaksi dan promo digital meningkatkan intensitas pembelian impulsif.





Penelitian Astuti dan Faujiah (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital mampu meningkatkan kecenderungan konsumsi non-prioritas pada generasi muda. Selanjutnya, penelitian Anggaretta et al., (2025) menjelaskan bahwa gaya hidup modern berkontribusi terhadap tingginya perilaku konsumtif mahasiswa pengguna pembayaran digital. Penelitian Sakti dan Anwar (2025) menunjukkan bahwa mahasiswa di wilayah perkotaan memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih tinggi akibat penggunaan *e-wallet* dan pengaruh gaya hidup digital. Selain itu, penelitian Murtiningsih & Marlapa (2025) menemukan bahwa gaya hidup hedonis memperkuat kecenderungan konsumsi impulsif pada mahasiswa pengguna teknologi keuangan digital.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*). Pertama, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada pengaruh langsung penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif tanpa mempertimbangkan peran gaya hidup sebagai variabel moderasi. Kedua, penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada mahasiswa di kota besar dengan tingkat modernisasi tinggi, sedangkan penelitian pada mahasiswa daerah masih relatif terbatas. Ketiga, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan teori TAM dengan pendekatan gaya hidup AIO dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *e-wallet*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan *e-wallet*, gaya hidup, dan perilaku konsumtif masih memerlukan kajian empiris yang lebih komprehensif, khususnya pada mahasiswa di wilayah Kabupaten Jombang.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fenomena meningkatnya penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa Universitas PGRI Jombang yang didominasi oleh penggunaan DANA, ShopeePay, dan GoPay dalam aktivitas sehari-hari. Intensitas penggunaan transaksi digital yang tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa semakin bergantung pada kemudahan teknologi pembayaran digital. Di sisi lain, kecenderungan mahasiswa mengikuti tren gaya hidup modern juga berpotensi memperkuat perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman empiris mengenai pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan mempertimbangkan gaya hidup sebagai variabel moderasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen digital, khususnya integrasi antara teori TAM dan pendekatan gaya hidup AIO dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi mahasiswa, perguruan tinggi, dan pihak penyedia layanan keuangan digital dalam meningkatkan literasi keuangan dan penggunaan teknologi pembayaran secara bijak.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa serta menguji peran gaya hidup sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut pada mahasiswa di Kabupaten Jombang.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam bentuk studi penjelasan untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel yang diteliti: penggunaan dompet elektronik, perilaku konsumen, dan gaya hidup sebagai variabel moderasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran objektif variabel-variabel tersebut menggunakan data numerik yang diperoleh dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Menurut Riyanto dan Setyorini (2024), penelitian kuantitatif berfungsi untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antar variabel melalui prosedur statistik sistematis, sehingga temuan penelitian dapat diinterpretasikan secara empiris dan terukur. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif dianggap relevan karena dapat menjelaskan secara statistik pengaruh penggunaan dompet elektronik terhadap perilaku konsumen mahasiswa dan mengidentifikasi peran gaya hidup dalam memperkuat atau melemahkan hubungan ini.

Pendekatan penelitian penjelasan dipilih karena studi ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena sosial tetapi juga menjelaskan hubungan kausal antar variabel berdasarkan model konseptual yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman empiris tentang hubungan antara penggunaan dompet elektronik dan perilaku konsumsi mahasiswa di era digital. Lebih lanjut, pendekatan penelitian penjelasan menawarkan kesempatan untuk menguji model moderasi secara lebih komprehensif melalui analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Metode ini dianggap cocok untuk studi yang melibatkan variabel laten dan hubungan struktural yang kompleks, khususnya dalam penelitian tentang perilaku konsumsi berbasis teknologi (Hair et al., 2019). Penelitian dilaksanakan di Universitas PGRI Jombang dengan fokus pada mahasiswa aktif sebagai subjek penelitian. Pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok usia mahasiswa merupakan pengguna aktif teknologi keuangan digital, khususnya layanan pembayaran berbasis *e-wallet*. Selain memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi, mahasiswa juga cenderung terpapar budaya konsumsi digital yang berkembang melalui media sosial, *e-commerce*, dan berbagai platform transaksi daring. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa relevan untuk mengkaji perubahan perilaku konsumsi pada era digital yang semakin dipengaruhi oleh kemudahan teknologi finansial dan gaya hidup modern.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas PGRI Jombang yang tercatat pada tahun akademik 2025. Populasi tersebut dipilih karena mahasiswa merupakan kelompok sosial yang intens menggunakan layanan pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari, baik untuk kebutuhan akademik maupun kebutuhan konsumsi





lainnya. Berdasarkan data Biro Administrasi Akademik Universitas PGRI Jombang, jumlah populasi mahasiswa aktif mencapai 837 mahasiswa yang terdiri dari beberapa angkatan. Dalam penelitian kuantitatif, populasi menjadi dasar penentuan sampel yang akan digunakan untuk memperoleh data empiris yang representatif terhadap kondisi objek penelitian (Amrudin et al., 2022).

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena penelitian hanya melibatkan responden yang memenuhi karakteristik tertentu sesuai kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi mahasiswa aktif Universitas PGRI Jombang, menggunakan layanan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari, pernah melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* minimal dalam tiga bulan terakhir, serta mengisi kuesioner secara lengkap. Sementara itu, responden yang tidak menggunakan *e-wallet* atau memberikan jawaban tidak lengkap tidak diikutsertakan dalam analisis penelitian.

Jumlah sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi diketahui secara pasti. Penggunaan rumus Slovin bertujuan untuk memperoleh ukuran sampel minimum dengan tingkat kesalahan sebesar 5 persen sehingga data yang diperoleh tetap representatif. Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 272 responden. Jumlah tersebut dinilai memenuhi syarat analisis SEM-PLS yang umumnya membutuhkan ukuran sampel antara 100 hingga 500 responden agar model dapat diestimasi secara optimal (Hair et al., 2019). Dengan demikian, ukuran sampel yang digunakan telah memenuhi kriteria kelayakan analisis statistik berbasis SEM-PLS.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan platform *Google Form*. Penggunaan kuesioner daring dipilih karena lebih efektif, efisien, dan mampu menjangkau responden secara luas dalam waktu relatif singkat. Selain itu, metode pengumpulan data secara daring dinilai sesuai dengan karakteristik mahasiswa yang terbiasa menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Data sekunder diperoleh dari dokumen akademik, laporan institusi, jurnal ilmiah, serta berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilaksanakan pada periode oktober hingga April di lingkungan Universitas PGRI Jombang.

Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan penelitian. Skala Likert dipilih karena mampu mengukur persepsi, sikap, dan kecenderungan perilaku responden terhadap fenomena sosial yang diteliti (Suasapha, 2020). Seluruh indikator tersebut dikembangkan berdasarkan hasil adaptasi penelitian terdahulu yang relevan sehingga memiliki dasar empiris yang kuat. Untuk memperjelas definisi operasional masing-masing variabel penelitian, disajikan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Definisi operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Sumber
Penggunaan <i>e-wallet</i>	<i>e-wallet</i> adalah suatu layanan keuangan elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan, mengelola, dan melakukan berbagai transaksi keuangan secara digital melalui perangkat berbasis internet.	1. Kepraktisan 2. Kemudahan penggunaan 3. Aspek keamanan 4. Adanya promo 5. Efisiensi pembayaran	Likert 1-5	(Astuti & Faujiah, 2023); (Kusuma, 2020); (Sahabuddin et al., 2025); (Wawo et al., 2023); (Sari et al, 2021) dalam (Aulia et al., 2023)
Perilaku konsumtif	Perilaku konsumtif merupakan suatu kebiasaan atau tindakan seseorang dalam membeli barang maupun jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional dan perencanaan yang matang, di mana keputusan pembelian lebih didorong oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan daripada kebutuhan yang sebenarnya.	1. Membeli karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasan menarik 3. Membeli produk demi penampilan diri 4. Membeli produk atas pertimbangan harga 5. Konformitas terhadap model iklan	Likert 1-5	(Watung, 2022); Sumartono dalam (Pandrianto et al., 2023)
Gaya hidup	Gaya hidup merupakan pola perilaku individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang tercermin dari cara mengelola waktu, sumber daya, serta mengekspresikan nilai dan identitas diri di tengah lingkungan sosialnya.	1. <i>Activities</i> (aktivitas) 2. <i>Interest</i> (minat) 3. <i>Opinion</i> (pendapat)	Likert 1-5	Sunarto dalam (Murtiningsih & Marlapa, 2025); Minarti dalam (Ginting & Br.Bangun, 2022)



2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian disusun berdasarkan hubungan konseptual antarvariabel yang telah dirumuskan dalam kerangka penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan langsung maupun hubungan moderasi antarvariabel penelitian secara empiris. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

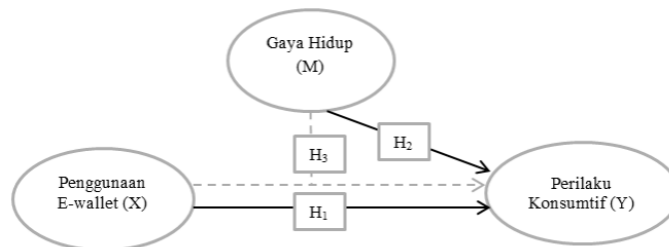
H2: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H3: Gaya hidup memoderasi pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hipotesis tersebut disusun berdasarkan fenomena meningkatnya penggunaan teknologi pembayaran digital di kalangan mahasiswa yang diduga memengaruhi pola konsumsi individu. Selain itu, gaya hidup modern yang berkembang pada generasi muda diperkirakan mampu memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-wallet*.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian menggambarkan hubungan struktural antarvariabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel penggunaan *e-wallet* diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel dependen. Sementara itu, gaya hidup berperan sebagai variabel moderasi yang berfungsi memperkuat atau memperlemah pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hubungan tersebut dibangun berdasarkan fenomena sosial yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dapat meningkatkan intensitas konsumsi individu, terutama pada mahasiswa yang memiliki gaya hidup modern dan berorientasi pada tren digital.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini, penggunaan *e-wallet* dipahami sebagai bentuk adaptasi teknologi finansial yang memberikan kemudahan transaksi, efisiensi pembayaran, serta berbagai promo digital yang mampu memengaruhi keputusan konsumsi individu. Di sisi lain, perilaku konsumtif mencerminkan kecenderungan individu melakukan pembelian secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara rasional. Sementara itu, gaya hidup diposisikan sebagai faktor psikografis yang mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Hubungan antarvariabel tersebut kemudian divisualisasikan dalam Gambar 1 kerangka konseptual penelitian sebagai dasar pengujian empiris menggunakan SEM-PLS.

2.5 Teknik Analisis dan Pengujian

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 3. Metode SEM-PLS dipilih karena memiliki kemampuan menguji hubungan kausal antarvariabel laten secara simultan serta mampu mengakomodasi model moderasi dalam penelitian perilaku konsumen (Hair et al., 2019). Selain itu, SEM-PLS juga dinilai sesuai digunakan pada penelitian dengan data yang tidak selalu berdistribusi normal dan model penelitian yang bersifat prediktif.

Tahapan analisis dimulai dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap setiap variabel penelitian. Analisis deskriptif dilakukan melalui perhitungan nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi sehingga dapat memberikan gambaran umum mengenai tingkat penggunaan *e-wallet*, gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa. Tahap ini penting untuk memahami kondisi data sebelum dilakukan pengujian model struktural secara lebih lanjut.

Selanjutnya dilakukan evaluasi *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk penelitian. Uji validitas konvergen dilakukan melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai *outer loading* dinyatakan memenuhi syarat apabila lebih besar dari 0,70, sedangkan nilai AVE dinyatakan valid apabila melebihi 0,50 (Hair et al., 2019). Selain validitas konvergen, penelitian ini juga menguji validitas diskriminan menggunakan metode *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan menggunakan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* dengan batas minimum sebesar 0,70.

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, analisis dilanjutkan pada pengujian *inner model* atau model struktural. Evaluasi *inner model* bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antarvariabel laten melalui nilai koefisien determinasi (R^2), pengaruh langsung, pengaruh moderasi, serta signifikansi hipotesis penelitian. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik kemampuan prediktif model penelitian.



Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk memperoleh nilai *t-statistic*, *p-value*, dan *standard error*. Rumus perhitungan *t-statistic* adalah sebagai berikut:

$$T = \frac{b}{SE(b)} \quad (1)$$

Persamaan tersebut digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Nilai *t-statistic* diperoleh dari perbandingan antara koefisien jalur dengan nilai *standard error* hasil proses *bootstrapping*. Semakin besar nilai *t-statistic*, maka semakin kuat hubungan antarvariabel yang diuji. Suatu hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 atau nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5 persen. Selain menguji pengaruh langsung, penelitian ini juga menguji efek moderasi gaya hidup terhadap hubungan penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif melalui pembentukan variabel interaksi (*interaction effect*). Pengujian tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antarvariabel utama dalam model penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

3.1.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas PGRI Jombang sebagai responden penelitian yang telah memenuhi kriteria penggunaan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Karakteristik responden menjadi bagian penting dalam penelitian kuantitatif karena mampu memberikan gambaran mengenai kondisi subjek penelitian yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner daring, diperoleh sebanyak 272 responden yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Mayoritas responden merupakan mahasiswa aktif yang telah menggunakan layanan *e-wallet* seperti DANA, ShopeePay, GoPay, dan OVO dalam aktivitas pembayaran digital, baik untuk kebutuhan akademik maupun konsumsi pribadi.

Secara umum, responden menunjukkan tingkat intensitas penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa mahasiswa telah menjadikan layanan pembayaran digital sebagai bagian dari aktivitas ekonomi sehari-hari. Kemudahan transaksi, efisiensi pembayaran, serta berbagai promo yang ditawarkan menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa. Selain itu, karakteristik mahasiswa sebagai generasi digital yang terbiasa menggunakan teknologi turut mempengaruhi tingginya adaptasi terhadap sistem pembayaran non-tunai. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan *financial technology* telah mengubah pola transaksi mahasiswa menjadi lebih praktis dan fleksibel.

Karakteristik responden juga menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh perkembangan gaya hidup modern. Mahasiswa tidak hanya menggunakan *e-wallet* untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga untuk aktivitas konsumsi yang berkaitan dengan hiburan, *fashion*, kuliner, dan pembelian impulsif melalui platform digital. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi pembayaran digital memiliki keterkaitan dengan perubahan pola konsumsi mahasiswa di era digital.

3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi jawaban responden terhadap seluruh variabel penelitian sebelum dilakukan pengujian model SEM-PLS. Analisis ini meliputi nilai *mean*, median, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi pada setiap indikator penelitian. Melalui analisis deskriptif, peneliti dapat mengetahui kecenderungan persepsi responden terhadap penggunaan *e-wallet*, perilaku konsumtif, dan gaya hidup mahasiswa Universitas PGRI Jombang.

Variabel penggunaan *e-wallet* diukur melalui lima indikator, yaitu kepraktisan, kemudahan penggunaan, aspek keamanan, adanya promo, dan efisiensi pembayaran. Hasil analisis statistik deskriptif variabel penggunaan *e-wallet* menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memperoleh nilai rata-rata pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat penerimaan dan penggunaan *e-wallet* yang cukup baik dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Hasil analisis statistik deskriptif variabel penggunaan *e-wallet* disajikan pada **Tabel 2**.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penggunaan *E-wallet* (X)

Item Pertanyaan	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
X1.1	4.662	5.000	3.000	5.000	0.545
X1.2	4.544	5.000	1.000	5.000	0.646
X1.3	4.085	4.000	1.000	5.000	1.090
X2.1	4.445	5.000	2.000	5.000	0.705
X2.2	4.460	5.000	2.000	5.000	0.646
X2.3	4.000	4.000	1.000	5.000	1.011



Item Pertanyaan	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
X3.1	4.188	4.000	1.000	5.000	0.869
X3.2	4.316	4.000	2.000	5.000	0.745
X3.3	3.423	3.000	1.000	5.000	1.195
X4.1	4.118	4.000	1.000	5.000	0.971
X4.2	4.143	4.000	1.000	5.000	0.984
X4.3	3.463	3.000	1.000	5.000	1.218
X5.1	4.610	5.000	2.000	5.000	0.620
X5.2	4.415	5.000	2.000	5.000	0.795
X5.3	4.312	5.000	1.000	5.000	0.924

Berdasarkan Tabel 2, indikator kepraktisan menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi, yang mengindikasikan bahwa responden menilai penggunaan *e-wallet* mampu memberikan kemudahan dalam aktivitas transaksi. Pada indikator kemudahan penggunaan, sebagian besar responden memberikan penilaian sangat tinggi karena layanan *e-wallet* dinilai mudah dipahami dan dioperasikan dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya, indikator aspek keamanan juga menunjukkan kategori tinggi yang mencerminkan bahwa mahasiswa merasa transaksi menggunakan *e-wallet* relatif aman dan mampu melindungi data pengguna.

Pada indikator adanya promo, responden memberikan penilaian tinggi terhadap keberadaan *cashback*, potongan harga, dan berbagai penawaran digital lainnya yang ditawarkan oleh penyedia layanan *e-wallet*. Sementara itu, indikator efisiensi pembayaran memperoleh nilai rata-rata tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memandang *e-wallet* sebagai alat pembayaran yang cepat, praktis, dan efisien dalam mendukung aktivitas transaksi digital. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-wallet* berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi.

Variabel perilaku konsumtif diukur melalui lima indikator, yaitu membeli barang karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi penampilan diri, membeli produk atas pertimbangan harga, dan konformitas terhadap model iklan. Hasil analisis statistik deskriptif variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan perilaku konsumsi yang cukup tinggi dalam aktivitas sehari-hari. Hasil analisis statistik deskriptif variabel perilaku konsumtif disajikan pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item Pernyataan	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation
Y1.1	4.621	5.000	1.000	5.000	0.647
Y1.2	4.335	5.000	1.000	5.000	0.850
Y1.3	3.662	4.000	1.000	5.000	1.165
Y2.1	3.941	4.000	1.000	5.000	1.042
Y2.2	3.860	4.000	1.000	5.000	1.065
Y2.3	3.342	3.000	1.000	5.000	1.330
Y3.1	3.812	4.000	1.000	5.000	1.245
Y3.2	4.088	4.000	1.000	5.000	0.977
Y3.3	3.835	4.000	1.000	5.000	1.137
Y4.1	4.434	5.000	1.000	5.000	0.815
Y4.2	4.445	5.000	2.000	5.000	0.760
Y4.3	3.647	4.000	1.000	5.000	1.281
Y5.1	3.871	4.000	1.000	5.000	1.051
Y5.2	3.827	4.000	1.000	5.000	1.020
Y5.3	3.676	4.000	1.000	5.000	1.114

Berdasarkan Tabel 3, indikator membeli barang karena iming-iming hadiah memperoleh nilai rata-rata yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan hadiah, bonus, maupun promo tertentu mampu memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Pada indikator membeli produk karena kemasan menarik, responden juga memberikan penilaian tinggi yang menunjukkan bahwa tampilan produk menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat konsumsi mahasiswa.

Indikator membeli produk demi penampilan diri menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa melakukan pembelian untuk menunjang citra diri dan mengikuti perkembangan tren. Selain itu, indikator membeli produk atas pertimbangan harga memperoleh nilai rata-rata tinggi yang mengindikasikan bahwa harga tetap menjadi pertimbangan penting dalam keputusan konsumsi mahasiswa. Sementara itu, indikator konformitas terhadap model iklan menunjukkan bahwa responden cukup terpengaruh oleh promosi digital dan tampilan iklan dalam menentukan keputusan pembelian. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa berada pada kategori tinggi.

Variabel gaya hidup diukur melalui tiga indikator, yaitu minat, opini, dan aktivitas. Variabel ini digunakan untuk menggambarkan pola kehidupan mahasiswa yang tercermin melalui aktivitas sehari-hari, minat terhadap perkembangan tren, serta opini terhadap gaya hidup modern. Hasil analisis statistik deskriptif variabel gaya hidup disajikan pada Tabel 4.

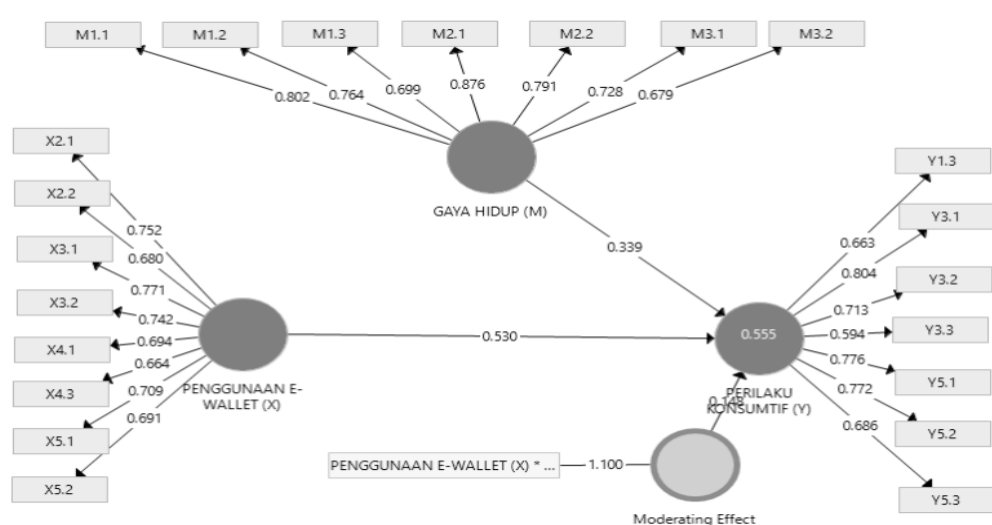
Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup (M)

Item pernyataan	Mean	Median	Min	Max	Standard deviation
M1.1	4.246	5.000	1.000	5.000	0.908
M1.2	4.265	4.000	1.000	5.000	0.825
M1.3	3.658	4.000	1.000	5.000	1.070
M2.1	4.257	5.000	2.000	5.000	0.853
M2.2	4.074	4.000	2.000	5.000	0.892
M2.3	3.993	4.000	1.000	5.000	0.955
M3.1	4.272	4.000	1.000	5.000	0.827
M3.2	4.305	4.000	1.000	5.000	0.776
M3.3	4.074	4.000	1.000	5.000	1.030

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 3, variabel gaya hidup berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Pada indikator minat, responden menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap aktivitas dan tren yang berkaitan dengan gaya hidup modern. Selanjutnya, indikator opini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pandangan dan preferensi yang cukup kuat terhadap perkembangan gaya hidup digital. Sementara itu, indikator aktivitas memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki aktivitas yang cukup aktif dalam mengikuti perkembangan teknologi, tren sosial, dan budaya konsumsi modern. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas PGRI Jombang memiliki tingkat penggunaan *e-wallet*, perilaku konsumtif, dan gaya hidup yang relatif tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara perkembangan teknologi pembayaran digital, pola gaya hidup modern, dan perubahan perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

3.1.3 Uji Outer Model

Pengujian *outer model* dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas konstruk penelitian. Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu merepresentasikan variabel laten secara konsisten dan akurat. Evaluasi *outer model* meliputi pengujian *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, *Cronbach's alpha*, dan *Average Variance Extracted* (AVE). Pengujian *convergent validity* dilakukan melalui nilai *outer loading*. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS, sebagian besar indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 sehingga dinyatakan valid secara konvergen. Namun demikian, terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai di bawah 0,50 sehingga dilakukan eliminasi untuk meningkatkan kualitas model pengukuran. Indikator yang dieliminasi meliputi indikator “kepraktisan” pada variabel penggunaan *e-wallet* serta indikator “membeli produk karena iming-iming hadiah” dan “membeli produk atas pertimbangan harga” pada variabel perilaku konsumtif indikator tersebut dihapus/dieliminasi karena tidak memenuhi nilai *outer loading* yang dipersyaratkan.. Pada Gambar 2 dapat dilihat model struktural setelah eliminasi indikator menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen.



Gambar 2. Model struktural Uji *outer loading*

Selanjutnya, pengujian AVE dilakukan untuk mengetahui kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikatornya. Hasil pengujian AVE disajikan pada Tabel 5.



Tabel 5. Hasil *Construct Reliability and Validity*

Construct Realibity and Validity				
	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
Gaya hidup (M)	0,881	0,891	0,908	0,586
Moderating Effect	1,000	1,000	1,000	1,000
Penggunaan E-wallet	0,865	0,874	0,892	0,510
Perilaku konsumtif (Y)	0,842	0,849	0,881	0,516

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh nilai AVE berada di atas 0,50 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Selain itu, nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* seluruh konstruk juga berada di atas 0,70 yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang baik. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan pada pengujian model struktural. Pengujian *discriminant validity* dilakukan menggunakan metode *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai akar AVE masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lainnya. Selain itu, seluruh nilai HTMT berada di bawah batas 0,90 sehingga validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki karakteristik yang berbeda dan mampu mengukur konsep yang dimaksud secara spesifik.

3.1.4 Uji Inner Model

Pengujian *inner model* dilakukan untuk mengetahui kemampuan model struktural dalam menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian. Evaluasi *inner model* meliputi pengujian koefisien determinasi (*R-square*), *path coefficient*, *effect size*, dan *predictive relevance*. Hasil pengujian *R-square* menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 55 persen. Hasil tersebut dapat dilihat pada Tabel 6.

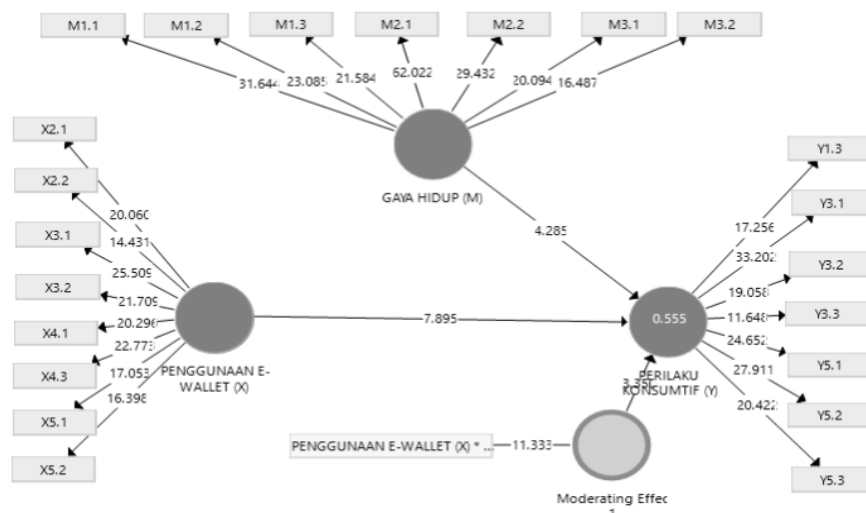
Tabel 6. Hasil uji R-square

R Square		
	R Square	R Square Adjusted
Perilaku konsumtif (Y)	0.555	0.550

Pada Tabel 6 disebutkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,550 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang cukup kuat dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, sisanya sebesar 45 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti literasi keuangan, kontrol diri, lingkungan sosial, maupun faktor psikologis lainnya. Selain koefisien determinasi, evaluasi *inner model* juga dilakukan melalui pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Pengujian ini bertujuan mengetahui arah dan kekuatan hubungan antarvariabel penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel memiliki arah positif sehingga peningkatan pada variabel independen akan diikuti peningkatan pada variabel dependen.

3.1.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping* untuk memperoleh nilai *t-statistics* dan *p-values*. Dapat dilihat dari Gambar 3 hasil uji *bootstrapping* (*T-Statistic*).



Gambar 3. Model Struktural SEM-PLS Hasil *Bootstrapping* (*T-Statistic*)



Path Coefficient analisis ini berguna untuk menguji hipotesis pengaruh suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Variabel	Koef. Jalur (β)	Sample Mean	STDEV	T- Statistik	P- Value
Penggunaan E-Wallet (X) → Perilaku Konsumtif (Y)	0,530	0,533	0,067	7,895	0,000
Gaya Hidup (M) → Perilaku Konsumtif (Y)	0,339	0,342	0,079	4,285	0,000

Pada Tabel 7 hasil pengujian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai koefisien sebesar 0,530 menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-wallet*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai *t-statistics* sebesar 7,895 dan *p-values* sebesar 0,000 memperkuat bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik.

Selanjutnya, gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih besar dibandingkan mahasiswa dengan gaya hidup sederhana. Temuan ini memperlihatkan bahwa aktivitas, minat, dan opini mahasiswa terhadap tren modern berkontribusi terhadap pola konsumsi yang lebih tinggi.

3.1.6 Pengujian Moderasi

Tabel 8. Hasil uji hipotesis moderasi

Hubungan variabel	Koef, jalur (β)	Sample mean	STDEV	T- Statistik	P- Value
Gaya Hidup Memoderasi E-Wallet → Perilaku Konsumtif (X*M → Y)	0,148	0,150	0,044	3,350	0,001

Tabel 8 menjelaskan pengujian moderasi dilakukan untuk mengetahui peran gaya hidup dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel moderasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,148 dengan *p-values* sebesar 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup mampu memoderasi hubungan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup tinggi akan lebih terdorong melakukan perilaku konsumtif ketika menggunakan *e-wallet*. Kemudahan transaksi digital yang didukung oleh gaya hidup modern menyebabkan mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian impulsif, khususnya pada kebutuhan yang berkaitan dengan hiburan, *fashion*, dan gaya hidup digital lainnya. Sebaliknya, mahasiswa dengan gaya hidup sederhana cenderung lebih rasional dalam menggunakan *e-wallet* sehingga pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif menjadi lebih rendah.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-wallet*, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara berlebihan. Kondisi tersebut terjadi karena sistem pembayaran digital memberikan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas dalam transaksi sehingga proses pembelian menjadi lebih cepat dan praktis. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi mampu meningkatkan intensitas penggunaan teknologi digital (Ardiyanti & Nasikah, 2022). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang merasa penggunaan *e-wallet* memberikan manfaat dan kemudahan akan lebih sering menggunakannya dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sahabuddin et al., (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa melalui fitur promo, *cashback*, dan pembayaran instan. Penelitian Astuti dan Faujiah (2023) juga menemukan bahwa pembayaran digital mendorong pembelian impulsif karena pengguna tidak merasakan pengeluaran uang secara langsung seperti transaksi tunai. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan novelty pada penggunaan gaya hidup sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain penggunaan *e-wallet*, penelitian ini juga membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup modern cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan gaya hidup sederhana. Gaya hidup modern tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini mahasiswa yang berorientasi pada tren digital, simbol status, serta kebutuhan aktualisasi diri. Temuan ini sejalan dengan teori gaya hidup AIO (*Activities, Interests, and Opinions*) yang menjelaskan bahwa pola hidup individu memengaruhi keputusan konsumsi dan perilaku pembelian (Zhao & Lyu, 2022).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Murtiningsih dan Marlupa (2025) yang menemukan bahwa gaya hidup hedonis mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada generasi muda. Penelitian Sakti dan Anwar (2025) juga menjelaskan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup tinggi lebih mudah terdorong melakukan konsumsi impulsif untuk



mengikuti tren sosial. Dalam penelitian ini, pengaruh gaya hidup terlihat pada tingginya kecenderungan mahasiswa membeli produk demi menjaga penampilan diri dan mengikuti perkembangan gaya hidup modern.

Pengujian moderasi menunjukkan bahwa gaya hidup mampu memperkuat pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup tinggi cenderung lebih responsif terhadap kemudahan transaksi digital sehingga lebih mudah melakukan pembelian impulsif. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa gaya hidup tidak hanya memengaruhi perilaku konsumtif secara langsung, tetapi juga memengaruhi bagaimana individu menggunakan teknologi pembayaran digital dalam aktivitas konsumsi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Maryam et al., (2024) yang menyatakan bahwa gaya hidup modern memperkuat hubungan teknologi digital dengan perilaku konsumsi generasi muda. Selain itu, penelitian Sedarmayanti et al., (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis menyebabkan individu lebih mudah terdorong melakukan pembelian yang bersifat emosional dibandingkan rasional. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis melalui integrasi antara teori TAM dan pendekatan gaya hidup AIO dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *e-wallet*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas PGRI Jombang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-wallet*, maka kecenderungan mahasiswa untuk melakukan perilaku konsumtif juga semakin meningkat. Kemudahan transaksi, berbagai promo, cashback, serta efisiensi pembayaran yang ditawarkan *e-wallet* mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara lebih praktis dan cepat tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara rasional. Selain itu, gaya hidup juga terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dengan gaya hidup yang cenderung mengikuti tren, memperhatikan penampilan, serta ingin menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam melakukan konsumsi secara berlebihan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa gaya hidup mampu memoderasi hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Artinya, gaya hidup dapat memperkuat pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif akan semakin kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi keuangan digital tidak hanya mempengaruhi pola transaksi mahasiswa, tetapi juga berkaitan erat dengan pola hidup dan cara mahasiswa mengekspresikan diri dalam lingkungan sosialnya. Keterbaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada pengujian gaya hidup sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif pada mahasiswa, khususnya di lingkungan Universitas PGRI Jombang. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan keuangan digital, dengan menunjukkan bahwa faktor psikologis dan sosial seperti gaya hidup memiliki peran penting dalam memperkuat perilaku konsumtif di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan *e-wallet* dan mengelola keuangan pribadi, serta menjadi masukan bagi pihak kampus maupun penyedia layanan *financial technology* dalam meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya jumlah responden yang terbatas pada mahasiswa Universitas PGRI Jombang sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas pada populasi mahasiswa di daerah lain. Penelitian ini juga hanya menggunakan variabel penggunaan *e-wallet*, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif namun belum diteliti, seperti kontrol diri, literasi keuangan, lingkungan pertemanan, maupun pengaruh media sosial. Selain itu, data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang bergantung pada persepsi dan kejujuran responden dalam memberikan jawaban. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi penelitian, menambahkan variabel lain yang relevan, serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai perilaku konsumtif mahasiswa di era perkembangan teknologi digital.

REFERENCES

- Amrudin, Priyanda, R., Agustina, tri siwi, Ariantini, nyoman sri, Rusmayani, ni gusti ayu lia, Astaraniaslindar, D., Ningsih, kori puspita, Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. pradina pustaka.
- Anggareta, D. S., Kardoyo, & Kusumantoro. (2025). The Influence Of Social Media And E-Wallet Use On Consumptive Behavior Through Lifestyle. *Journal of Economic Education*, 14(1), 189–202.
- Ardiyanti, N., & Nasikah, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Paylater Dan Keinginan Terhadap Perilaku Implusif Buying Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4), 948–959.
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 209–222. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396>
- Bank Indonesia. (2024). *Transaksi QRIS Melonjak 226,54%, Revolusi Pembayaran Digital di Indonesia*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8434/transaksi-qris-melonjak-226-54-revolusi-pembayaran-digital-di-indonesia?.com>





- Bila, S. M., & Marlana, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 215–222. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/62300>
- Davis, fred D., & Granic, A. (2024). *The Technology Acceptance Model 30 years of TAM*. Springer Nature. https://books.google.co.id/books?id=L2X8EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Hair, joseph f, Black, william c, Babin, barry j., & Anderson, rolf e. (2019). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Cengage Learning.
- Maryam, S., Jl, A., Mangun, K., No, S., Banjarsari, K., & Surakarta, K. (2024). Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Peran Literasi Keuangan Dan Elektronik Wallet. *jurnal ilmiah penelitian mahasiswa*, 2(4), 1009–1015.
- Murtiningsih, D., & Marlapa, E. (2025). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Perilaku_Konsumen/pcBVEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Ningsih, Maulana, I., Nurhidayanti, V., & Gunawan, M. W. (2025). dampak penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat pontianak. *Jurnal Keuangan Publik dan Perekonomian Berkelanjutan*, 9(1), 1–21.
- Pandrianto, N., Sukendro, G. G., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2023). *Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Gramedia Pustaka Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Budaya_Pop_Komunikasi_dan_Masyarakat/EOyuEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_dengan_Pen/7a0tEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas+dengan+smartpls&pg=PA34&printsec=frontcover
- Sahabuddin, R., Azhari, A., Kartika, Septyanti, N. A., Ahimsyah, M., & Maharani, D. D. (2025). Pengaruh E-Wallet dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 270–283. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4507>
- Sakti, A. T., & Anwar, M. (2025). The Role of Lifestyle in Moderating the Influence of Financial Literacy and Ease of Use on the Consumptive Behavior PayLater Users on Generation Z in Surabaya City. *dinasti internaional journal of economics, finance, dan accounting*, 6(4), 2786–2797.
- Sedarmayanti, Rusilowati, U., & Sunarsi, D. (2021). *KNOWLEDGE MANAGEMENT*. Cipta Media Nusantara. https://www.google.co.id/books/edition/KNOWLEDGE_MANAGEMENT/h_5UEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Cv.
- Wahid, F. (2022). *15,74 Triliun Rupiah*. universitas islam indonesia. <https://www.uui.ac.id/1574-triliun-rupiah/>
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. penerbit NEM. https://www.google.co.id/books/edition/KONSEP_DIRI_DAN_KONFORMITAS_PADA_PERILAK/Mfy1eaaaqbaj?hl=id&gbpv=0
- Zebua, T. N., Duha, T., Bate'e, M. M., & Gulo, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. *Visi Sosial Humaniora*, 5(1), 19–30. <https://doi.org/10.51622/vsh.v5i1.2310>
- Zhao, P., & Lyu, D. (2022). *Lifestyle Change and Transport in China*. Springer Nature. [https://books.google.co.id/books?id=KoCFEAAAQBAJ&pg=PA35&dq=Theory+of+Lifestyle+Measurement+oleh+Wells+%26+Tigert+\(1971\).&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gbs_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjBs4OYpYERAXX_U2wGHVHaLT8QuwV6BAGJEAs#v=onepage&q=Theory+of+Lif](https://books.google.co.id/books?id=KoCFEAAAQBAJ&pg=PA35&dq=Theory+of+Lifestyle+Measurement+oleh+Wells+%26+Tigert+(1971).&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gbs_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjBs4OYpYERAXX_U2wGHVHaLT8QuwV6BAGJEAs#v=onepage&q=Theory+of+Lif)