



Peran *Self-Control* Sebagai Mediasi Penggunaan *E-Wallet* dan Perilaku Konsumtif Generasi Z

Rina Mariana^{1✉}, Rika Wahyuni², Azhari Rahmat³, Dimas Perdana Oskar⁴

^{1,2,3,4}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

rinadeded@gmail.com

Abstract

In Indonesia, the use of e-wallets has shown a significant increase, especially among generation Z (Gen Z). The offer of ease of transactions, security, speed and promotions on e-wallets has received high appreciation from them. Behind all this, the tendency to increase consumer behavior is also increasing. The discussion of consumer behavior and its predictors is an interesting topic and is of concern to researchers and practitioners. The framework in this study includes the use of e-wallets, mediating self-control which influences consumer behavior of generation Z. This research aims to determine the effect of e-wallet use on consumptive behavior, and the function of self-control as a mediator between e-wallet use and consumptive behavior. The design of this research is a cross-sectional survey with primary data obtained from answers to questionnaire statements. Each statement reflects an indicator of each construct. Data from 125 active employees from generation Z in Padang City was used in testing the model that had been built and hypothesized and SEM analysis was carried out in two stages, namely the outer model test and the inner model test using SmartPls version 3.0. The results confirm that e-wallet use, both directly and indirectly, is related to self-control and consumer behavior of generation Z. Furthermore, the mediating effect of self-control on the relationship between e-wallet use and consumer behavior was confirmed. The findings of this research can provide benefits for suppressing consumer behavior in e-wallet users through high self-control. Further research can address constructs that influence consumer behavior (for example; lifestyle, financial literacy, and personality).

Keywords: e-wallet, gen Z, self-control, consumptive behavior, SmartPls

Abstrak

Di Indonesia penggunaan *e-wallet* menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama pada kalangan generasi Z (Gen Z). Tawaran akan kemudahan transaksi, keamanan, kecepatan, dan promosi pada *e-wallet* mendapat apresiasi tinggi bagi mereka. Dibalik itu semua kecenderungan peningkatan perilaku konsumtif juga meningkat. Pembahasan perilaku konsumtif dan prediktonya adalah topik menarik dan menjadi perhatian peneliti dan praktisi. Kerangka kerja pada studi ini mencakup penggunaan *e-wallet*, mediasi *self-control* yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif, dan fungsi *self-control* sebagai mediator antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Desain pada penelitian ini adalah survei *cross-sectional* dengan data primer yang diperoleh dari jawaban pernyataan kuesioner. Setiap pernyataan-pernyataan mencerminkan indikator dari setiap konstruk. Data dari 125 karyawan aktif dari generasi Z di Kota Padang digunakan dalam pengujian model yang telah dibangun dan dihipotesiskan serta dilakukan analisis SEM melalui dua tahap yaitu uji *outer model* dan uji *inner model* menggunakan SmartPls versi 3.0. Hasilnya menegaskan bahwa penggunaan *e-wallet*, baik secara langsung dan tidak langsung, berkaitan dengan *self-control* dan perilaku konsumtif generasi Z. Lebih jauh lagi, efek mediasi kontrol diri pada hubungan penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif dikonfirmasi. Temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk menekan perilaku konsumtif pada pengguna *e-wallet* melalui *self-control* yang tinggi. Penelitian lebih lanjut dapat mengarahkan konstruksi yang berpengaruh pada perilaku konsumtif (misalnya; gaya hidup, literasi keuangan, dan kepribadian).

Kata kunci: e-wallet, gen Z, kontrol diri, perilaku konsumtif, SmartPls

Psyche 165 Journal is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Penggunaan aplikasi *e-wallet* berkembang pesat di beberapa tahun terakhir. Survei Indonesia *Fintech Trends 2024* dari Jajak Pendapat (JakPat) yang dikutip dari *Goodstats* menemukan bahwa produk *fintech* yang paling populer digunakan oleh masyarakat adalah *e-wallet* dengan jumlah responden mencapai 96%, diikuti oleh *paylater*, *online loan*, dan lain-lain [1]. Peluang ini meningkatkan persaingan pada perusahaan

financial technology seperti OVO, Gopay, ShopeePay, Dana, LinkAja, GrabPay, dan lainnya. Di antara aplikasi *e-wallet* tersebut, Gopay menempati posisi pertama dengan porsi pengguna mencapai 71%, diikuti oleh OVO sebesar 70%, dan *platform* lain seperti ShopeePay, Dana dan LinkAja menunjukkan tingkat penerimaan lebih rendah [2].

E-wallet adalah dompet digital yang digunakan sebagai alat pembayaran non tunai saat pembelian *online* [3]. Lalu, *e-wallet* juga diartikan sebagai perangkat lunak

yang digunakan komputer atau ponsel pintar saat melakukan transaksi secara *online* [4]. *E-wallet* merupakan akun prabayar yang operasionalnya menggunakan *smartphone*, dilindungi *password*, uang penggunanya disimpan secara elektronik, dan berguna untuk transaksi pembayaran *online* [5], dan memudahkan membayar kebutuhan seperti listrik, internet, dan lainnya [6].

Penggunaan *e-wallet* terutama di kalangan generasi muda semakin meningkat. Namun, adopsi teknologi bervariasi antar generasi, terutama pada generasi Z atau dikenal dengan Gen Z, memiliki karakteristik unik dalam adaptasi teknologi dan perilaku konsumen. Pengambilan subjek penelitian pada Gen Z dikarenakan aktivitas yang sibuk membuat mereka tertarik dengan kemudahan yang ditawarkan oleh *e-wallet*. Banyak merchant yang bekerjasama dengan *e-wallet* dan mengadakan promo-promo dengan diskon maupun *cashback* yang lebih tinggi menarik Gen Z untuk menggunakannya. Namun, penelitian yang terbaru menyimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak hanya memberikan manfaat, tetapi juga mendorong munculnya perilaku negatif sebagai akibat pada saat melakukan transaksi secara digital, pengguna hanya mengikuti trend, cenderung kehilangan kontrol dan tidak menyadari bahwa mereka akan menjadi lebih konsumtif karena pengeluaran yang mereka lakukan dalam bentuk digital terasa lebih ringan jika dibandingkan dengan menggunakan uang tunai [7].

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku pembelian barang atau jasa secara berlebihan dan hanya mementingkan keinginan daripada kebutuhan tanpa didasari pertimbangan rasional dan menimbulkan pemborosan biaya [8], [9], [10]. Berdasarkan survei awal kepada 30 responden yaitu Gen Z di Kota Padang, menunjukkan 65% responden diduga berperilaku konsumtif, dan sisanya 35% mengaku tidak berperilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Gen Z yang menggunakan *e-wallet* berperilaku konsumtif. Oleh karena itu, fenomena ini perlu dikaji lebih dalam, terutama melalui perspektif penggunaan *e-wallet* dan kontrol diri.

Hasil penyelidikan terbaru menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan *e-wallet* [11]. Mereka menemukan bahwa transaksi pembayaran dengan *e-wallet* memicu perilaku boros atau konsumtif. Penyebabnya adalah saat melakukan transaksi *online*, seseorang tidak merasa mengeluarkan uang sehingga muncul kecanduan untuk berbelanja berulang-ulang. Faktor adanya kemudahan bertransaksi dan promosi yang ditawarkan teknologi *e-wallet* memungkinkan perilaku konsumtif meningkat. Semakin sering penggunaan *e-wallet*, semakin besar kemungkinan seseorang terlibat dalam perilaku konsumtif.

Penelitian lain menemukan bahwa *self-control* adalah prediktor dari perilaku konsumtif dengan arah negatif [12]. Seseorang dengan *self-control* baik akan mampu memutuskan sesuatu, mengelola, mengendalikan dan memfokuskan bentuk perilaku ke hal-hal yang positif. *Self-control* berguna sebagai pengendali dari tingkahlaku, terutama pada perilaku konsumtif seseorang [13]. Lalu, temuan lainnya menunjukkan bahwa adanya tendensi dimana jika kontrol diri tinggi maka perilaku konsumtif cenderung rendah, begitupun sebaliknya. Kontrol diri rendah akan membuat perilaku konsumtif cenderung tinggi [14]. Berdasarkan fakta empiris ini ditemukan *self-control* sebagai mediator hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Dengan cara ini, kerangka teori atau konseptual penelitian terkait pengaruh penggunaan *e-wallet* pada perilaku konsumtif dapat ditekan melalui mediasi *self-control*.

Namun beberapa penyelidikan lainnya menemukan hasil yang bertentangan, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya bahwa penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif [15]. Penelitian lain menyimpulkan bahwa pentingnya *self-control* pada pengelolaan perilaku konsumtif, serta perlu adanya upaya pendidikan dan kesadaran yang lebih intensif dalam memanfaatkan fitur layanan keuangan [16]. Inkonsistensi dalam literatur menghasilkan kesenjangan penelitian yang bisa mengganggu kerangka teori, yang memerlukan klarifikasi ilmiah untuk menghindari kebingungan kalangan akademisi/peneliti dan praktisi. Oleh karena itu, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini: Pertama, menentukan pengaruh penggunaan *e-wallet* pada *self-control* dan perilaku konsumtif. Kedua, menyelidiki peran mediasi kontrol diri pada hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif.

2. Metodologi Penelitian

Desain pada penelitian ini adalah survei *cross-sectional* dengan data primer yang diperoleh dari jawaban pernyataan kuesioner yang telah disebar kepada 125 karyawan aktif pada Gen Z di Kota Padang. Pemilihan responden melalui metode *nonprobability sampling*. Teknik yang dipilih adalah *purposive sampling*. Beberapa kriteria responden, yaitu (1) laki-laki dan perempuan. (2) Berdomisili di Kota Padang. (3) Berstatus karyawan aktif/mempunyai pekerjaan. (4) Kelahiran di tahun 1996-2009. (5) Penghasilan $\leq$ Rp. 1.500.000. Tidak ada paksaan bagi responden yang terlibat, dan dapat menolak kapan pun mereka inginkan. Dari 125 kuesioner, seluruh kuesioner dikembalikan, dan hasil penyaringan data ditemukan seluruh data lengkap dan siap untuk dianalisis. Respon jawaban menggunakan skala likert dimulai dari rating skala antara 5 hingga 1. Kuesioner perilaku konsumtif dikembangkan berdasarkan tiga indikator: pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan [17]. *Self-control* dikembangkan

berdasarkan lima aspek: disiplin diri, tindakan non impulsif, pola hidup sehat, etos kerja, dan reliabilitas [18]. Untuk penggunaan *e-wallet* dikembangkan berdasarkan tiga indikator: loyalitas pelanggan, respon positif, dan kenyamanan [17]. Data yang telah dikumpulkan dari 125 responden, kemudian ditabulasikan dan diinputkan melalui *software Microsoft Excel* untuk dianalisis ke tahap selanjutnya yaitu pengujian SEM. Analisis SEM dilakukan melalui dua tahap yaitu uji *outer model* dan uji *inner model*. Data diolah menggunakan program SmartPLS 3.0.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Evaluasi Outer Model

Pengukuran *outer model* yang peneliti gunakan mencakup validitas konvergen dan validitas diskriminasi [19]. Penilaian validitas konvergen menggunakan α , CR, dan AVE. Validitas diskriminasi mencakup dua pendekatan: kriteria *Fornell-Larcker* dan HTMT, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Validitas Konvergen

	Outer loadings	α	CR	AVE
Penggunaan <i>E-Wallet</i>	0,731-0,833	0,785	0,860	0,606
<i>Self-control</i>	0,834-0,867	0,876	0,914	0,727
Perilaku Konsumtif	0,802-0,882	0,842	0,842	0,842

Tabel 1, menunjukkan dari perhitungan *outer loading* untuk penggunaan *e-wallet* berkisar dari 0,731-0,833, *self-control* berkisar dari 0,834-0,867, dan perilaku konsumtif berkisar dari 0,802-0,882. Kuesioner penelitian memiliki reliabilitas internal mencukupi dan melebihi nilai yang direkomendasikan dengan perolehan hasil (nilai α =berkisar antara 0,785-0,876; nilai CR=0,842-0,914; nilai AVE=0,606-0,842). Pemuatan indikator reflektif lebih besar dari 0,700.

Analisis data selanjutnya yaitu validitas diskriminasi mencakup dua pendekatan: kriteria *Fornell-Larcker* dan HTMT, seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Validitas Diskriminasi- Kriteria *Fornell Larcker*

	Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Perilaku Konsumtif	<i>Self-Control</i>
Penggunaan <i>E-Wallet</i>	0,778		
Perilaku Konsumtif	0,344	0,848	
<i>Self-Control</i>	0,368	-0,242	0,853

Dari pengujian kriteria *Fornell-Larcker* di atas, nilai varians bersama masing-masing konstruk lebih kecil dari konstruksinya. Misalnya nilai penggunaan *e-wallet* (0,778) lebih besar dari keseluruhan varian bersama (perilaku konsumtif =0,344; *self-control* =0,368). Untuk pengujian HTMT dapat dilihat hasilnya pada Tabel 3.

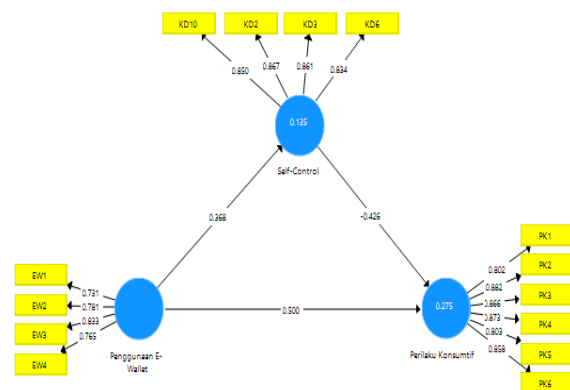
Tabel 3. Validitas Diskriminasi- Kriteria *Fornell Larcker*

	Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Perilaku Konsumtif	<i>Self-Control</i>
Penggunaan <i>E-Wallet</i>			
Perilaku Konsumtif	0,403		
<i>Self-Control</i>	0,405	0,258	-

Tabel pengujian HTMT menunjukkan semua HTMT berada di bawah 0,900, dengan demikian evaluasi HTMT mendukung validitas diskriminasi.

3.2. Structural Inner Model

Pengukuran tahap selanjutnya dengan *structural outer model* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Structural Model Assessment

Untuk model struktural menyoroti koefisien jalur, t-statistik, dan *p-value*. Perhitungan *bootstrap* dengan Smart PLS3 disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

	Original Sample	T Statistics	P Values	Hipotesis
Penggunaan <i>E-Wallet</i> -> <i>Self-Control</i>	0,368	3,997	0,000	Diterima
Penggunaan <i>E-Wallet</i> -> Perilaku Konsumtif	0,500	7,143	0,000	Diterima
<i>Self-Control</i> -> Perilaku Konsumtif	-0,426	5,496	0,000	Diterima

Temuan pada model struktural seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas, nilai t tertinggi diperoleh oleh jalur antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif ($t=7,143$), sedangkan nilai terendahnya adalah jalur antara penggunaan *e-wallet* dan *self-control* ($t = 3,997$). Secara terperinci, temuan penelitian pengaruh langsung variabel penelitian didukung. Terdapat pengaruh langsung penggunaan *e-wallet* dan *self-control* yang bersifat positif dan signifikan ($\beta=0,368$; $t=3,997$; $p<0,000$), H1 diterima. Terdapat pengaruh langsung penggunaan *e-wallet* dan

perilaku konsumtif yang bersifat positif dan signifikan ($\beta=0,500$; $t=7,143$; $p<0,000$), H2 diterima. Terdapat pengaruh langsung *self-control* dan perilaku konsumtif yang bersifat negatif dan signifikan ($\beta=-0,426$; $t=5,496$; $p<0,000$), H3 diterima.

Tahap selanjutnya dilakukan pengujian mediasi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Efek Mediasi *Self-Control* pada Hubungan Penggunaan E-Wallet dan Perilaku Konsumtif

	Original Sample	T Statistics	P Values	Hipotesis
Penggunaan E-Wallet -> Self-Control -> Perilaku Konsumtif	-0,157	3,065	0,002	Diterima

Temuan penelitian menunjukkan *self-control* memediasi hubungan antara penggunaan *e-wallet* dengan perilaku konsumtif ($\beta = -0,157$; $t = 3,065$; $p < 0,002$), H4 diterima.

3.3. R square

Besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen diselidiki dari pengujian R Square (R^2) yang dinyatakan dalam persentase, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil R Square (R^2)

	R Square	Kategori
Perilaku Konsumtif	0,275	Lemah
<i>Self-Control</i>	0,135	Lemah

Sesuai hasil koefisien determinasi (R Square) pada tabel di atas, menunjukkan nilai R Square perilaku konsumtif sebesar 0,275 menunjukkan hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif sebesar 27,5% (lemah). Begitu pula dengan nilai R Square *self-control* sebesar 0,135 menunjukkan hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan *self-control* sebesar 13,5% (lemah).

3.4. Pembahasan

Pengujian pengaruh antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif melalui mediasi *self-control* telah dilakukan. Analisis model struktural dan uji hipotesis dengan PLS-SEM digunakan untuk analisis ini. Pengaruh langsung antara variabel independen dan dependen menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hipotesis yang diajukan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap *self-control* dan perilaku konsumtif dengan arah pengaruh positif, (H1 dan H2) diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh [20], [21]. Mereka menemukan bahwa kehadiran *e-wallet* yang menawarkan berbagai kemudahan berdampak pada pola hidup masyarakat yang lebih cenderung berperilaku konsumtif, dan penggunaan *e-wallet* yang baik dapat diimbangi dengan *self-control* yang baik. Semakin tinggi kenyamanan dalam penggunaan *e-pay* pada pengguna *e-wallet*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif

[22]. Sebuah hasil penelitian menyebutkan bahwa penyebab individu berperilaku konsumtif diantaranya adanya kemudahan penggunaan, promosi, manfaat, dan kepercayaan. Hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* yang menyatakan bahwa pengembangan sistem informasi dapat mengubah pola perilaku individu [23]. Dengan demikian, penggunaan *e-wallet* akan lebih baik jika diimbangi dengan *self-control* yang baik pada Gen Z. Kemudian peningkatan penggunaan *e-wallet* akan berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif pada Gen Z.

Terkait pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif, hasil membuktikan bahwa terdapat pengaruh dengan arah pengaruh negatif dan signifikan, (H3) diterima. Arah pengaruh negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-control*, maka perilaku konsumtif akan berkurang. Penelitian ini sejalan dengan temuan [24] yang memberikan bukti kuat bahwa *self-control* berdampak terhadap perilaku konsumtif. Individu yang memiliki *self-control* baik akan mampu mengurangi perilaku konsumtif jika dapat memahami pentingnya menghindari membeli sesuatu yang tidak bermanfaat [8]. Rendahnya kemampuan mengontrol diri pada diri individu akan berakibat pada peningkatan perilaku konsumtif yang tidak terkendali jika berlangsung pada jangka waktu lama [25]. Selanjutnya penelitian lain menemukan bahwa individu dengan *self-control* yang baik cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih terkontrol [26].

Temuan ini juga memperluas temuan dari penelitian sebelumnya bahwa penggunaan *e-wallet* berhubungan signifikan dengan perilaku konsumtif yang dimediasi oleh *self-control*. Temuan ini berhubungan dengan penelitian [20]. Menurut hasil penelitian ini individu dengan *self-control* yang tinggi cenderung menggunakan dompet digital atau *e-money* sebatas pada kebutuhan mereka saja sehingga mampu menekan perilaku konsumtif pada individu.

4. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan bukti empiris penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif dengan mediasi *self-control*. Pertama, dengan penggunaan *e-wallet* sebagai anteseden, hasil menunjukkan hubungan yang signifikan antara penggunaan *e-wallet* dengan *self-control* dan perilaku konsumtif dengan arah positif. Penggunaan *e-wallet* dapat diimbangi dengan *self-control* yang baik. Semakin meningkat penggunaan *e-wallet*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya. Lalu, *self-control* berhubungan signifikan dengan perilaku konsumtif dengan arah negatif. Semakin tinggi *self-control* maka perilaku konsumtif akan semakin meningkat, dan sebaliknya. Hasil penyelidikan juga menunjukkan bahwa jalur antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif signifikan melalui peran mediasi *self-control*.

Implikasi penelitian ini adalah sebagai berikut, pertama, hubungan antara penggunaan *e-wallet*, *self-control* dan perilaku konsumtif yang telah diamati pada karyawan aktif pada Gen Z di Kota Padang. Kedua, temuan ini mempromosikan model empiris tentang hubungan sebab akibat antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif melalui *self-control*. Temuan ini memberikan wawasan bagi generasi Z untuk menekan perilaku konsumtif pada penggunaan *e-wallet* melalui hubungan timbal balik dengan meningkatkan *self-control*, menentukan prioritas kebutuhan, dan mengurangi pengeluaran. Keberlanjutan penelitian dapat mempertimbangkan dengan mengakomodasi indikator dan dimensi yang tidak digunakan pada penelitian ini, melakukan pengambilan sampel dari lokasi geografis yang lebih luas, dan dapat menggunakan metode kualitatif atau campuran.

Daftar Rujukan

- [1] Hasibuan, M. H., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2024). Analisis Penggunaan Fitur Pembayaran Online E-Commerce dan Top Up E-Wallet Terhadap Kenyamanan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(2), 2121–2133. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1772>
- [2] Rahmayanti, A. P., & Kencana, W. H. (2025). Analisis Perilaku Generasi X dan Generasi Z dalam Pemanfaatan Penggunaan EWallet Gopay. *IKRAITH-HUMANIORA*, 9(1), 93–118. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora>
- [3] Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. *J. Ekon. Integr.*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.51195/iga.v13i1.224>
- [4] Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 143–150. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- [5] Ridaryanto, Firmansyah, R. K., Kartono, R., & Sundjaja, A. M. (2020). Factors Affecting the Use of E-Wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2), 1005–1012. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/17922020>
- [6] Wulantika, L., & Zein, S. R. (2020). E-Wallet Effects on Community Behavior. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012121>
- [7] Firdaus, A. B., & Pusposari, L. F. (2022). The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior Of Students. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 172–182. <https://doi.org/10.18860/jpips.v8i2.15260>
- [8] Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & 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>
- [9] Wardhani, S., & Wikartika, I. (2023). Analysis of Consumptive Behavior in E-Money Users. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(9), 4127–4133. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i9-01>
- [10] Utami, S., Rahma, U., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 49–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>
- [11] Karthika, N. S., Chaidir, T., & Suprapti, I. A. P. (2024). The Influence Of E-Wallet Use on Consumptive Behavior of Mataram City Communities Moderate by Self-Control. *The Eastasouth Management and Business*, 3(1), 65–76. <https://doi.org/10.58812/esmb.v3i1.335>
- [12] Annafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Bagi Mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 020–027. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894>
- [13] Widiastuti, W. P., & Nasution, S. M. (2022). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(3), 194–203. <https://doi.org/10.23960/jbm.v18i3.748>
- [14] Islamia, I., & Purnama, M. P. (2022). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(1), 95–103. <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i1.6026>
- [15] Rizki, V. D. F., & Prakoso, A. F. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Fungsionaris Himpunan Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Periode 2023. *Journal of Education and Research*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.56707/jedarr.v3i1.182>
- [16] Fuadi, R., & Supraba, D. (2023). Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(2). <https://doi.org/10.18860/jips.v3i2.21070>
- [17] Lestari, M., Soleh, A., & Nasution, S. (2023). The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1). <https://doi.org/10.53697/emak.v4i1>
- [18] Anggraini, L. P., & Hudaniah. (2023). Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa Rantau. *Cognicia*, 11(2), 140–148. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>
- [19] Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(224). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- [20] Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- [21] Herlizah, N., & Subali, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. *Efektor*, 10(2), 253–262. <https://doi.org/10.29407/e.v10i2.20661>
- [22] Rusbianti, M. A., & Canggi, C. (2023). E-Wallet dan Perilaku Konsumsi Islam (Studi pada Masyarakat Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(10), 516–524. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7638>
- [23] Ramadhan, F., Putrantona, & Pasaribu, R. D. (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(4), 540–549. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i3.1098>
- [24] Rohmah, R. A. N., & Yucha, N. (2023). The Effect Of E-Wallet, a Hedonist Lifestyle with Self Control as an

- Intervening Variable on Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(2), 105–112. <https://doi.org/10.37802/jamb.v4i2.522>
- [25] Manihuruk, F. E., Marbun, J., FiljaAzkiah, & Hidayat, N. (2024). The Influence of Self-control and Peer Conformity on the Consumptive Behavior of E-Commerce User Students at the Faculty of Economics UNIMED. *TRILOGI: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 4(1), 13–21. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v4i1.139>
- [26] Darmawati, L. E. S., Ruski, Jannah, R., & Jailani, A. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Students' Consumptive Behavior. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 5(1), 013–020. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v5i1.2344>