

**PENGARUH PERENCANAAN KEUANGAN DAN KEBIASAAN MENABUNG
TERHADAP PERILAKU *OVERSPENDING* PADA *INTERVENING SPENDING SELF-CONTROL* PENGGUNA *E-WALLET* GENERASI Z**

Sararya Haikal Perdana ¹, Agung Dharmawan Buchdadi ², Shandy Aditya ³

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Negeri Jakarta

Correspondence		
Email: sararyahaikalperdana_1705621062@mhs.unj.ac.id	No. Telp:	
Submitted 30 Juni 2025	Accepted 3 Juli 2025	Published 4 Juli 2025

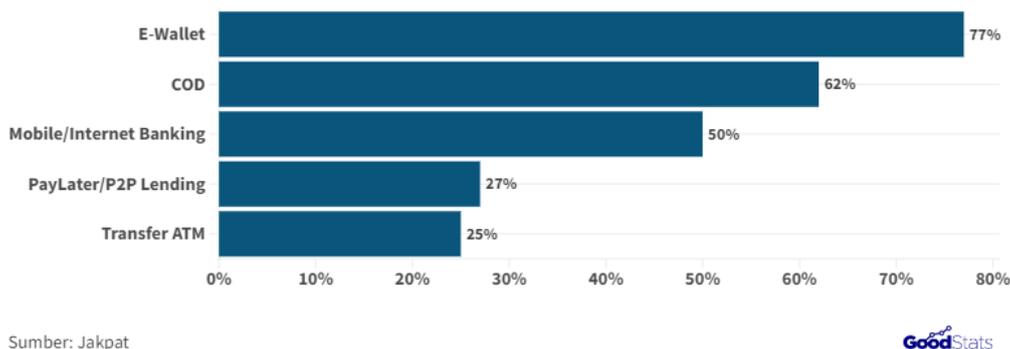
ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan terhadap 316 responden Generasi Z pengguna *e-wallet* dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Perencanaan Keuangan dan Kebiasaan Menabung terhadap Perilaku *Overspending*, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi *Spending Self-Control*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring, dan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SmartPLS dengan metode analisis *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM–PLS).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan pesat di era digital, sebagian besar aspek kehidupan masyarakat telah berubah, membuat melakukan aktivitas sehari-hari semakin mudah. Hal ini sejalan dengan era globalisasi yang terus berkembang, yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan melalui akses *digital* yang mudah. Selain memberikan manfaat dalam aktivitas harian, teknologi juga dapat memberikan penyediaan berbagai informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Ini juga berlaku untuk sistem pembayaran, yang telah mengalami banyak perubahan sejak awal munculnya transaksi. *Digital Payment*, yang sekarang dikenal sebagai pembayaran digital, adalah hasil dari kemajuan teknologi keuangan. Saat ini dalam proses transaksi tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja. Masyarakat kini dapat memanfaatkan dompet *digital*, sebuah sistem pembayaran elektronik yang beroperasi melalui aplikasi di perangkat seluler. Dompet *digital* menggunakan nomor telepon sebagai identitas rekening dan menyimpan nilai uang secara digital di *server*, sehingga fungsinya serupa dengan uang tunai, tetapi dengan cara penggunaan yang berbeda. *E-wallet* atau dompet *digital* menjadi sarana terutama bagi mahasiswa, untuk melakukan pembayaran *cashless* atau non tunai, yang jauh lebih mudah, aman, dan tidak memakan banyak waktu dalam mengeluarkan uang terutama saat transaksi *retail* yaitu transaksi *e-commerce*, transportasi *online*, dan pemesanan makanan dan minuman (Kumala & Mutia, 2020).

Perkembangan *e-wallet* telah beriringan dengan pertumbuhan bisnis *e-commerce* dan *platform Online Shop* di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan lainnya (Septyanto, 2022). Fenomena belanja *online* telah menjadi kebutuhan pokok bahkan gaya hidup di era modern ini. Tawaran promosi yang sering diberikan oleh *e-wallet* mampu menggoda masyarakat untuk terus melakukan transaksi daring yang mudah melalui ponsel pintar mereka. Hal ini tanpa disadari dapat memicu perilaku pembelian impulsif. Kehadiran dompet *digital* juga mempermudah masyarakat dalam membelanjakan uang, karena mereka tidak melihat bentuk fisik uang yang digunakan, sehingga mereka cenderung tidak merasa telah mengeluarkan uang. Masyarakat sekarang dapat melakukan berbagai jenis transaksi dengan mudah menggunakan *e-wallet* hanya dengan menggunakan *smartphone*, tanpa perlu lagi mengandalkan kartu sebagai media pembayaran (Kirana, 2023).



Gambar 1.1 Metode pembayaran terbanyak digunakan di Indonesia
Sumber: goodstats.id (2024)

Menurut Kementerian Perdagangan, jumlah konsumen yang menggunakan *platform* belanja daring (*e-commerce*) di Indonesia diperkirakan mencapai 65,65 juta orang pada tahun 2023. Dompot *digital* atau *e-wallet* telah menjadi metode pembayaran yang sangat digemari saat berbelanja di *platform e-commerce*. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat, sekitar 77% responden memilih menggunakan metode pembayaran ini saat berbelanja secara daring. Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007, penggunaan dompot *digital* di Indonesia terus mengalami peningkatan, mencakup berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, investasi, dan lain sebagainya.

Saat ini, dompot *digital* atau *e-wallet* sedang sangat populer, hal ini disebabkan oleh banyak bermunculannya berbagai macam *e-wallet* yang telah membuka dimensi ekonomi yang baru. Berkembangnya teknologi saat ini, membuat banyak ide dan konsep baru yang terus bermunculan agar masyarakat lebih mudah menerima perkembangan teknologi yang sedang berlangsung. Saat ini, banyak perusahaan yang mulai mengembangkan produk mereka agar menarik bagi konsumen, yaitu menawarkan kemudahan dan manfaat yang menjadi daya tarik bagi konsumen dalam memilih *e-wallet* dari salah satu perusahaan tersebut (Septyanto, 2022).

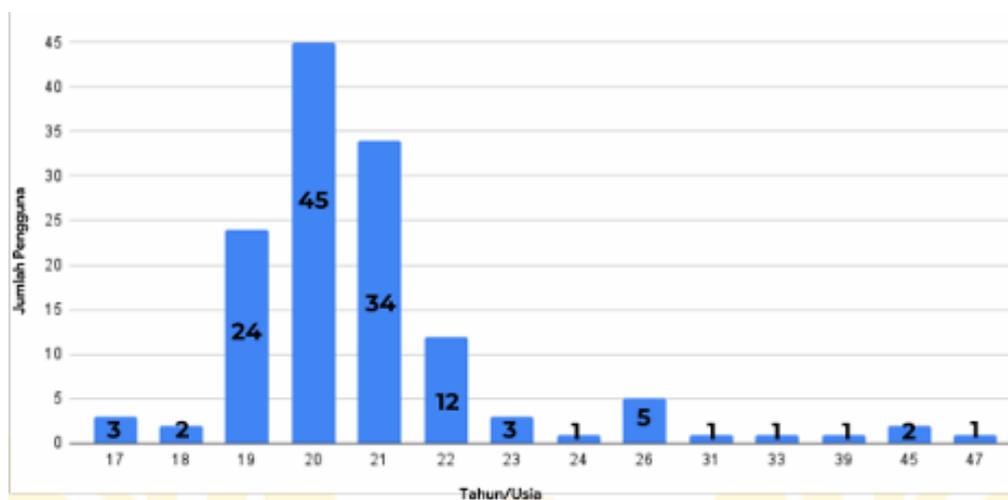
Dengan banyaknya opsi dompot *digital* yang tersedia dan jumlah pengguna yang terus bertambah, jelas terlihat bahwa masyarakat semakin tertarik dan berminat menggunakan dompot digital. Hal ini karena adanya layanan yang telah diberikan oleh perusahaan-perusahaan *e-wallet*, pengguna *e-wallet* merasakan keuntungan dan kemudahan ketika memenuhi kebutuhannya (Kusuma & Syahputra, 2020).

Tren penggunaan dompot *digital* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Penawaran promosi yang sering diberikan oleh dompot *digital* mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi daring dengan mudah melalui ponsel pintar mereka. Hal ini tanpa disadari dapat memicu perilaku pembelian impulsif. Selain itu, dompot *digital* juga mempermudah masyarakat dalam membelanjakan uang karena mereka tidak melihat bentuk fisik uang yang digunakan, sehingga mereka cenderung tidak merasa telah mengeluarkan uang.

Keadaan ini diperjelas oleh penelitian Marlina, et al. (2020) yang menjelaskan bahwa dengan *e-wallet*, orang dapat berbelanja lebih banyak tanpa merasa mengeluarkan uang yang disebabkan oleh kenyamanan yang diberikannya. Kemudahan dalam bertransaksi dapat membuat seseorang memiliki perilaku konsumtif, tidak terencana saat belanja, bahkan mengarah ke pembelian secara impulsif (Mujahidin, 2020).

Menurut Kholid (2020), menyatakan bahwa perilaku keuangan di Indonesia cenderung bersifat konsumtif, sebab mengarah pada perilaku keuangan yang kurang bertanggung jawab, seperti kurangnya menabung, berinvestasi, perencanaan dana darurat dan penganggaran masa depan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa perilaku keuangan masyarakat Indonesia masih perlu ditingkatkan, karena kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan dapat

menyebabkan masalah finansial di masa depan. Literasi keuangan hadir untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan yang bijak.



Gambar 1.2 Tingkat Usia Pengguna *E-Wallet* di Indonesia
Sumber: Roland (2022)

Berdasarkan hasil penelitian (Roland, 2022) pada gambar di atas menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* paling banyak ada pada kalangan Generasi Z dengan umur 19-22 tahun, dan data itu juga di dukung oleh riset yang dilakukan oleh Jakpat dan Daily Social yang menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* paling banyak adalah usia produktif yaitu 20-35 tahun. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di awal tahun 2024 menunjukkan bahwa Generasi Z mendominasi pengguna internet di Indonesia, dengan jumlah total pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang (VISA, 2024). Dominasi Generasi Z dalam penggunaan internet di Indonesia menghasilkan beragam perilaku dan karakteristik, yang tercermin dalam aktivitas mereka seperti penggunaan media sosial, belanja daring, komunikasi melalui aplikasi pesan, dan bermain permainan daring. Generasi Z terpacu untuk mengadopsi perkembangan teknologi, khususnya di bidang *Fintech*, karena kemudahan ini. Mereka sering menghabiskan waktu untuk mencari produk-produk terbaru di toko belanja daring dan transfer dana, juga mereka menyukai kepuasan instan, yaitu mendapatkan barang dengan cepat dan tanpa kesulitan. Apalagi, ketika kemudahan instan ini digabungkan dengan berbagai promosi yang di tawarkan oleh *e-wallet* dan toko belanja daring, hal ini semakin membuat mereka tertarik menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran.

Menurut Vhalery et al. (2019) Kebanyakan remaja tidak mampu untuk bertanggung jawab pada keuangannya sendiri, yang menyebabkan seseorang menjadi pribadi yang tidak terkontrol dan boros. Penelitian yang dilakukan oleh Noor et al., (2020), Natan dan Mahastanti (2022), menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *financial literacy* terhadap *financial behavior*. Generasi muda memerlukan literasi keuangan yang tepat agar mereka dapat berperilaku keuangan yang baik dan bijak dalam mengelola keuangan pribadi mereka, sehingga dapat mencapai kesejahteraan. Generasi Z yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam mengelola keuangannya, akan melihat masalah keuangan sebagai sebuah tantangan yang harus dihadapi, bukan sebagai ancaman yang harus dihindari.

Penelitian ini didukung oleh temuan dari studi sebelumnya (Insana dan Johan, 2020) yang menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2021), yang

menegaskan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi dompet *digital* (*e-wallet*) dapat memicu gaya hidup konsumtif. Pengguna pembayaran nontunai cenderung kesulitan mengendalikan pengeluaran karena tidak merasakan kehilangan uang secara langsung saat bertransaksi. Kusnawan et al. (2019) menyatakan bahwa pada saat bertransaksi, konsumen tidak menyadari bahwa mereka semakin konsumtif karena tidak terlalu berat mengeluarkan uang dalam jumlah besar dalam bentuk digital dibandingkan transaksi menggunakan uang tunai.

Dalam era *digital* yang semakin mempermudah transaksi, pengaruh *overspending* semakin besar, terutama di kalangan generasi muda yang terpapar pada promosi dan kemudahan pembayaran *digital*. Salah satu faktor yang dianggap sangat penting dalam mengendalikan perilaku *overspending* adalah *spending self-control* yang merujuk pada kemampuan individu untuk menahan dorongan pengeluaran impulsif dan mengelola keuangan secara rasional untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Menurut Fernandes dan Oliveira (2021), kemampuan untuk menahan diri dari pembelian impulsif dan mengelola pengeluaran secara strategis menjadi semakin relevan dalam masyarakat yang serba cepat dan terhubung secara *digital*. Penelitian oleh Yu, et al (2023) juga menegaskan bahwa *spending self-control* berperan sebagai mekanisme protektif dalam menghadapi tekanan sosial dan *digital nudges* yang dapat memicu pengeluaran berlebihan. Generasi muda, yang sering terpapar pada iklan dan promosi melalui media sosial dan aplikasi belanja *online*, sangat membutuhkan kemampuan untuk mengelola impuls konsumsi mereka. Oleh karena itu, *spending self-control* diyakini berperan penting dalam mengurangi risiko *overspending* di kalangan konsumen *digital*.

Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa pembayaran *digital* dapat meningkatkan kesediaan untuk membayar lebih, sehingga membuat pengguna cenderung mengeluarkan uang lebih banyak (Boden et al., 2020). Selain itu, studi sebelumnya juga menemukan bahwa pembayaran non-tunai cenderung meningkatkan perilaku konsumtif (Patrisia, et al., 2023)—diperparah dengan fitur *paylater*, di mana ditemukan bahwa semakin tinggi penggunaan *paylater*, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk menjadi konsumtif (Khairunnisa et al., 2022).

Meskipun penggunaan *e-wallet* telah melekat dengan kehidupan sehari-hari, penelitian mengenai dampak negatifnya terutama terkait perilaku *overspending* masih terbatas. Selain itu, mayoritas studi terdahulu hanya berfokus pada faktor eksternal, sementara faktor *internal* seperti *financial management behavior* belum banyak dieksplorasi, terutama di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang, peneliti terdorong untuk menyusun penelitian dengan judul **“Pengaruh Perencanaan Keuangan Dan Kebiasaan Menabung Terhadap Perilaku Overspending Pada Intervening Spending Self-Control Pengguna E-Wallet Generasi Z”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbasis desain kausal untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variable. Metode ini berfokus pada pemanfaatan data numerik yang diolah secara statistik untuk meraih kesimpulan yang bersifat objektif. Analisis data menggunakan teknik statistik guna mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan. Pemilihan desain ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola keterkaitan antar variable dan melakukan generalisasi hasil penelitian kepada populasi yang lebih luas (Santoso

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif Data

Analisis deskriptif adalah suatu metode analisis data yang digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden.

Analisis ini dilakukan berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah dirancang sebelumnya oleh peneliti

Tabel 3.7 Statistik Deskriptif Data

Variabel	Indikator	N	Mi n	Ma x	Rang e	Mea n	Media n	Modu s	STD Devias i
Perilaku Overspending (Y)	Impulsivitas Dalam Pengeluaran (PO1)	316	1	5	4	3.975	4	5	1.099
	Manajemen Keuangan Yang Buruk (PO2)	316	1	5	4	3.101	4	5	1.041
	<i>Emotional Spending</i> (PO3)	316	1	5	4	3.769	4	5	1.228
	Kekhawatiran Sosial Dan Psikologis Terkait Belanja (PO4)	316	1	5	4	3.56	4	5	1.258
Perencanaaa n Keuangan (X1)	Evaluasi Keuangan Pribadi (PK1)	316	1	5	4	3.313	4	1	1.302
	Penetapan Tujuan Keuangan (PK2)	316	1	5	4	3.272	3	1	1.298
	Perencanaan Dan Implementasi Strategi Keuangan (PK3)	316	1	5	4	2.892	3	1	1.215
	Monitoring Dan Evaluasi Keuangan (PK4)	316	1	5	4	3.079	3	1	1.272
Kebiasaan Menabung (X2)	Kesadaran Akan Kebutuhan Masa Depan (KM1)	316	1	5	4	3.652	4	5	1.503
	Komitmen Menabung (KM2)	316	1	5	4	3.272	4	1	1.355

Variabel	Indikator	N	Mi n	Ma x	Rang e	Mea n	Media n	Modu s	STD Devias i
<i>Spending Self-Control (Z)</i>	Penerapan Hidup Hemat (KM3)	316	1	5	4	3.478	4	1	1.453
	Kontrol Perilaku (SSC1)	316	1	5	4	3.301	4	1	1.322
	Kontrol Kognitif (SSC2)	316	1	5	4	3.278	4	4	1.321
	Kontrol Keputusan (SSC3)	316	1	5	4	3.377	4	1	1.362

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

1. Statistik Deskriptif Perilaku *Overspending*

A. Impulsivitas Dalam Pengeluaran (PO1)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PO1 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.975 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat impulsivitas dalam pengeluaran yang cukup tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.099 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang sedang.

B. Manajemen Keuangan Yang Buruk (PO2)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PO2 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.101 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat manajemen keuangan yang buruk yang relatif tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.041 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang sedang.

C. *Emotional Spending* (PO3)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PO3 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.769 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kecenderungan *emotional spending* yang cukup tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.228 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang sedang menuju tinggi.

D. Kekhawatiran Sosial dan Psikologis Terkait Belanja (PO4)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PO4 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5.

Nilai rata-rata sebesar 3.560 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat kekhawatiran sosial dan psikologis terkait belanja yang cukup tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.258 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang cukup tinggi.

2. Statistik Deskriptif Perencanaan Keuangan

A. Evaluasi Keuangan Pribadi (PK1)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PK1 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.313 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat evaluasi keuangan pribadi yang cenderung sedang. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.302 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang cukup tinggi.

B. Penetapan Tujuan Keuangan (PK2)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PK2 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.272 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kemampuan dalam menetapkan tujuan keuangan pada tingkat sedang. Nilai median sebesar 3 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 3 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.298 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang cukup tinggi.

C. Perencanaan dan Implementasi Strategi Keuangan (PK3)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PK3 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 2.892 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kemampuan perencanaan dan implementasi strategi keuangan yang kurang baik. Nilai median sebesar 3 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 3 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.215 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang sedang.

D. Monitoring dan Evaluasi Keuangan (PK4)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator PK4 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.079 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kemampuan monitoring dan evaluasi keuangan yang berada pada tingkat sedang. Nilai median sebesar 3 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 3 atau lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.272 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang cukup tinggi.

3. Statistik Deskriptif Kebiasaan Menabung

A. Kesadaran Akan Kebutuhan Masa Depan (KM1)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator KM1 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.652 menunjukkan bahwa secara umum tingkat kesadaran responden terhadap kebutuhan masa depan tergolong tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau

lebih tinggi. Modus sebesar 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban tertinggi. Standar deviasi sebesar 1.503 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang tinggi.

B. Komitmen Menabung (KM2)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator KM2 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.272 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki komitmen menabung yang sedang. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Modus sebesar 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban terendah. Standar deviasi sebesar 1.355 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang cukup tinggi.

C. Penerapan Hidup Hemat (KM3)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator KM3 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.478 menunjukkan bahwa secara umum responden menerapkan hidup hemat pada tingkat yang sedang cenderung tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Modus sebesar 1 menunjukkan adanya kelompok responden yang sangat konsisten dalam menjalankan hidup hemat. Standar deviasi sebesar 1.453 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang tinggi.

3. Statistik Deskriptif *Spending Self-Control*

A. Kontrol Perilaku (SSC1)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator SSC1 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.301 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kontrol perilaku terhadap pengeluaran yang tergolong sedang. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Modus sebesar 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban terendah. Standar deviasi sebesar 1.322 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang tinggi.

B. Kontrol Kognitif (SSC2)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator SSC2 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.278 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kontrol kognitif terhadap pengeluaran yang tergolong sedang. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Modus sebesar 4 menunjukkan bahwa sebagian responden cenderung memberikan jawaban yang lebih tinggi. Standar deviasi sebesar 1.321 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang tinggi.

C. Kontrol Keputusan (SSC3)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa nilai minimum indikator SSC3 adalah 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Hal ini menunjukkan bahwa rentang jawaban responden berada pada skala 1 hingga 5. Nilai rata-rata sebesar 3.377 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kontrol dalam pengambilan keputusan keuangan yang tergolong sedang

cenderung tinggi. Nilai median sebesar 4 mengindikasikan bahwa setengah dari responden memberikan jawaban 4 atau lebih tinggi. Modus sebesar 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban terendah. Standar deviasi sebesar 1.362 menunjukkan tingkat keragaman jawaban yang tinggi.

Normalitas Data

Tabel 3.8 Normalitas Data

Indikator	Excess kurtosis	Skewness	Keterangan
PO1	0.099	-0.955	Normal
PO2	0.002	-0.947	Normal
PO3	-0.546	-0.696	Normal
PO4	-0.98	-0.333	Normal
PK1	-1.381	-0.113	Normal
PK2	-1.367	-0.063	Normal
PK3	-0.975	0.271	Normal
PK4	-1.226	0.055	Normal
KM1	-1.555	-0.438	Normal
KM2	-1.416	-0.09	Normal
KM3	-1.473	-0.335	Normal
SSC1	-1.382	-0.113	Normal
SSC2	-1.347	-0.168	Normal
SSC3	-1.408	-0.222	Normal

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai Skewness dan Kurtosis sebagai indikator distribusi data. Berdasarkan nilai skewness dan excess kurtosis yang dapat dilihat pada tabel 3.8, seluruh indikator dalam penelitian ini terdistribusi normal yakni di antara -2 hingga +2. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk digunakan dalam pengujian model selanjutnya.

Multikolinearitas Data**Tabel 3.9 Multikolinearitas Data**

Indikator	VIF	Keterangan
KM1	7.035	Tidak Ada Multikolinearitas
KM2	3.959	Tidak Ada Multikolinearitas
KM3	6.358	Tidak Ada Multikolinearitas
PK1	3.913	Tidak Ada Multikolinearitas
PK2	3.863	Tidak Ada Multikolinearitas
PK3	2.925	Tidak Ada Multikolinearitas
PK4	3.490	Tidak Ada Multikolinearitas
PO1	1.793	Tidak Ada Multikolinearitas
PO2	1.480	Tidak Ada Multikolinearitas
PO3	2.386	Tidak Ada Multikolinearitas
PO4	2.269	Tidak Ada Multikolinearitas
SSC1	5.458	Tidak Ada Multikolinearitas
SSC2	6.515	Tidak Ada Multikolinearitas
SSC3	6.954	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang tinggi antar variabel bebas dalam model penelitian. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam estimasi parameter regresi dan menurunkan validitas interpretasi hasil penelitian. Salah satu indikator yang digunakan untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah nilai Variance Inflation Factor (VIF). Secara umum, nilai VIF yang baik adalah di bawah 10, sedangkan nilai di atas 10 menunjukkan multikolinearitas tinggi yang harus segera ditangani. Berdasarkan hasil analisis yang dapat dilihat pada tabel 3.9, semua indikator menunjukkan nilai VIF <10, yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas dan masih dalam kategori aman.

Analisis Outer Model Evaluation

Evaluasi terhadap outer model bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang diteliti secara akurat. Pada model ini, pengujian difokuskan pada dua aspek utama, yaitu validitas untuk mengukur ketepatan indikator, dan reliabilitas untuk menilai konsistensi atau kestabilan indikator dalam mengukur konstruk tersebut.

Validitas Data

Validitas konvergen mengacu pada situasi di mana dua alat ukur yang berbeda namun digunakan untuk mengukur konstruk yang sama menunjukkan tingkat hubungan atau korelasi yang kuat (Sekaran & Bougie, 2016). Indikator dapat dinyatakan memiliki validitas konvergen apabila nilai loading factor-nya melebihi 0,7. Namun, dalam konteks penelitian eksploratif atau pada tahap awal pengembangan model, nilai loading factor dalam kisaran 0,5 hingga 0,6 masih dianggap dapat diterima (Ghozali, 2016).

Validitas diskriminan tercapai apabila dua konstruk yang berbeda tidak menunjukkan korelasi yang tinggi satu sama lain atau dapat dibedakan satu sama lain (Sekaran & Bougie, 2016). Uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai cross loading, di mana suatu indikator harus memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya sendiri,

dan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading terhadap konstruk lain (Ghozali, 2016).

Tabel 3.10 Loading Factor

Indikator	Kebiasaan Menabung	Perencanaan Keuangan	Perilaku Overspending	Spending Self-Control
KM1	0.967			
KM2	0.935			
KM3	0.961			
PK1		0.940		
PK2		0.939		
PK3		0.886		
PK4		0.913		
PO1			0.805	
PO2			0.709	
PO3			0.878	
PO4			0.885	
SSC1				0.957
SSC2				0.964
SSC3				0.967

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 3.11 Average Variance Extracted

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Perilaku <i>Overspending</i>	0.911
Perencanaan Keuangan	0.846
Kebiasaan Menabung	0.676
<i>Spending Self-Control</i>	0.927

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil evaluasi outer model, seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Hal ini dibuktikan dengan nilai *loading factor* masing-masing indikator yang dapat dilihat pada tabel 3.10 yang nilainya berada di atas 0,7. Oleh karena itu, seluruh indikator dianggap mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara memadai. Selain itu, dapat dilihat pada tabel 3.11 bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk juga melebihi ambang minimum 0,5, yang menunjukkan bahwa variabel laten mampu menjelaskan sebagian besar variansi dari indikator-indikator yang mengukurnya.

Tabel 3.12 Cross Loading

Indikator	Kebiasaan Menabung	Perencanaan Keuangan	Perilaku Overspending	Spending Self-Control
KM1	0.967	0.821	-0.674	0.910
KM2	0.935	0.827	-0.581	0.829
KM3	0.961	0.835	-0.636	0.904
PK1	0.847	0.940	-0.560	0.826
PK2	0.826	0.939	-0.540	0.803
PK3	0.695	0.886	-0.423	0.713
PK4	0.808	0.913	-0.491	0.776
PO1	-0.475	-0.398	0.805	-0.527
PO2	-0.442	-0.504	0.709	-0.437
PO3	-0.553	-0.412	0.878	-0.577
PO4	-0.670	-0.517	0.885	-0.662
SSC1	0.878	0.818	-0.661	0.957
SSC2	0.888	0.813	-0.641	0.964
SSC3	0.903	0.822	-0.662	0.967

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan pendekatan cross-loading, seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk asalnya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah diskriminasi antar konstruk dan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara spesifik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan dalam model ini telah terpenuhi dan model dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya, seperti pengujian reliabilitas dan structural model.

Pembahasan

Pengaruh Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku *Overspending*

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa perencanaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.017 (lebih kecil dari 0.05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2.109. Oleh karena itu, hipotesis H1 diterima. Secara statistik, terdapat hubungan signifikan antara perencanaan keuangan dan kecenderungan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z.

Nilai *original sample* sebesar 0.195 menunjukkan bahwa hubungan antara perencanaan keuangan dan perilaku *overspending* bersifat positif, yang berarti semakin tinggi tingkat perencanaan keuangan, justru semakin tinggi pula kecenderungan *overspending*. Temuan ini mengejutkan karena bertentangan dengan teori keuangan personal yang menyatakan bahwa perencanaan keuangan seharusnya dapat mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan.

Namun, fenomena ini dapat dijelaskan dari sudut pandang perilaku keuangan generasi muda. Pulungan dan Siregar (2024) menemukan bahwa generasi muda sering merasa telah cukup bertanggung jawab secara finansial hanya dengan melakukan perencanaan keuangan sederhana. Mereka cenderung mengembangkan rasa percaya diri yang berlebihan (*overconfidence bias*) terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Selaras dengan temuan tersebut, Ramadhani dan Oktaviani (2023) menjelaskan bahwa perencanaan keuangan di kalangan Generasi Z lebih banyak difokuskan pada aspek teknis, seperti pencatatan pengeluaran dan anggaran mingguan, tanpa disertai komitmen atau disiplin

dalam implementasinya. Di tengah kemudahan transaksi melalui *e-wallet*, perilaku impulsif menjadi lebih sulit dikendalikan, bahkan ketika seseorang merasa telah “merencanakan” pengeluarannya.

Fenomena *moral licensing* juga dapat menjadi penjelasan tambahan. Widyaningrum dan Rizal (2021) menyatakan bahwa seseorang yang merasa telah melakukan tindakan keuangan yang “benar” (seperti menyusun rencana keuangan), akan merasa lebih berhak untuk memberikan “hadiah” kepada diri sendiri melalui pembelian impulsif. Hal ini membuat perencanaan keuangan justru menjadi alat pembenaran untuk tetap melakukan konsumsi berlebih, terutama dalam bentuk transaksi digital seperti *e-wallet*.

Dengan demikian, meskipun perencanaan keuangan merupakan elemen penting dalam pengelolaan keuangan personal, dampaknya terhadap pengurangan perilaku *overspending* bisa menjadi kontradiktif, apabila tidak diiringi dengan pengendalian diri dan kesadaran finansial yang utuh. Khususnya pada Generasi Z, perencanaan keuangan yang bersifat simbolik atau setengah hati justru dapat menumbuhkan rasa aman yang semu, dan membuka ruang bagi perilaku konsumtif *digital* yang lebih besar. Temuan ini juga sejalan dengan pendapat Dwiastanti (2017), yang menyatakan bahwa efektivitas perencanaan keuangan dalam menekan perilaku konsumtif sangat tergantung pada adanya kontrol diri yang kuat. Tanpa pengendalian diri, perencanaan keuangan hanya akan menjadi dokumen formal atau wacana semata, yang tidak berdampak nyata dalam praktik keuangan sehari-hari.

Pengaruh Kebiasaan Menabung Terhadap Perilaku *overspending*

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa kebiasaan menabung berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.002 (lebih kecil dari 0.05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2.820. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima. Artinya, secara statistik terdapat pengaruh signifikan antara kebiasaan menabung terhadap kecenderungan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z.

Menariknya, nilai *original sample* sebesar -0.335 menunjukkan bahwa hubungan antara kebiasaan menabung dan perilaku *overspending* bersifat negatif. Artinya, semakin tinggi kebiasaan menabung seseorang, semakin rendah kecenderungan untuk melakukan *overspending*. Temuan ini sejalan dengan teori pengelolaan keuangan yang menyatakan bahwa individu yang terbiasa menyisihkan pendapatan untuk ditabung cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pengeluarannya.

Hasil ini didukung oleh Handayani dan Prasetyo (2022) yang menyebutkan bahwa perilaku menabung yang konsisten mampu menumbuhkan kesadaran akan nilai uang dan menekan dorongan konsumsi yang tidak perlu. Menabung menciptakan orientasi keuangan jangka panjang yang membuat individu lebih bijak dalam melakukan transaksi, termasuk dalam penggunaan *e-wallet* yang sangat rentan terhadap pembelian impulsif.

Lebih lanjut, Almira dan Nugroho (2023) menemukan bahwa mahasiswa yang memiliki kebiasaan menabung cenderung menetapkan batas pengeluaran dalam aplikasi *e-wallet*, serta lebih cermat dalam mengevaluasi kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan menabung tidak hanya berdampak secara finansial, tetapi juga membentuk pola pikir yang lebih terstruktur dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Namun, meskipun hubungan negatif telah terkonfirmasi, penting untuk mempertimbangkan kualitas dari kebiasaan menabung itu sendiri. Tidak semua aktivitas menabung mencerminkan perilaku finansial yang sehat. Seperti yang diungkap oleh Setiawan dan Lestari (2021), sebagian Generasi Z menabung bukan karena motivasi keuangan jangka panjang, melainkan sekadar “menyimpan sisa uang” tanpa rencana tujuan yang jelas. Dalam konteks ini, jika kebiasaan menabung bersifat tidak konsisten, maka efektivitasnya dalam menekan *overspending* juga akan berkurang.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kebiasaan menabung yang dilakukan secara sadar, konsisten, dan berbasis tujuan keuangan dapat menjadi salah satu faktor

protektif terhadap kecenderungan *overspending*, khususnya di era *digital* yang menawarkan kemudahan transaksi seperti *e-wallet*.

Pengaruh Perencanaan Keuangan Terhadap Spending Self-Control

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa perencanaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.001 (lebih kecil dari 0.05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2.992. Oleh karena itu, hipotesis H3 diterima. Artinya, secara statistik terdapat pengaruh yang signifikan antara perencanaan keuangan terhadap kemampuan individu dalam mengontrol pengeluaran (*spending self-control*), khususnya pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z.

Nilai *original sample* sebesar 0.196 menunjukkan adanya hubungan positif antara perencanaan keuangan dan *spending self-control*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik individu melakukan perencanaan keuangan, maka semakin tinggi pula kemampuannya dalam mengendalikan perilaku konsumtifnya.

Temuan ini mendukung teori manajemen keuangan personal, di mana perencanaan keuangan bukan hanya berperan dalam aspek teknis seperti alokasi dana, tetapi juga membentuk pola pikir dan disiplin dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Lestari dan Fauzan (2021) menyatakan bahwa perencanaan keuangan yang dilakukan secara rutin dapat memperkuat kesadaran akan batas pengeluaran dan memperkuat kontrol terhadap dorongan konsumsi yang tidak perlu.

Dalam konteks penggunaan *e-wallet*, perencanaan keuangan berfungsi sebagai “rem psikologis” yang menahan dorongan untuk melakukan transaksi impulsif. Fitria dan Hasanah (2022) menyebutkan bahwa mahasiswa yang memiliki kebiasaan membuat anggaran keuangan cenderung menetapkan batas transaksi harian dan melakukan evaluasi pengeluaran secara berkala, sehingga mereka lebih mampu mengontrol diri dalam menggunakan fitur-fitur digital yang mempermudah belanja.

Hal ini juga diperkuat oleh Yulianti dan Silviana (2020) yang menjelaskan bahwa perencanaan keuangan dapat meningkatkan *self-regulation* dalam konteks keuangan, yang pada gilirannya memperkuat *self-control* dalam menghadapi godaan konsumsi digital, seperti notifikasi promo, *cashback*, atau *flash sale* yang sangat lazim di platform *e-wallet*.

Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa perencanaan keuangan yang dilakukan secara terstruktur dan sadar mampu memperkuat kemampuan kontrol diri dalam hal pengeluaran, bahkan dalam lingkungan yang sangat memudahkan transaksi seperti *e-wallet*. Ini membuktikan bahwa keterampilan perencanaan keuangan bukan hanya soal “mengatur uang”, tetapi juga berkaitan erat dengan pembentukan perilaku dan karakter keuangan yang sehat.

Pengaruh Kebiasaan Menabung Terhadap Spending Self-Control

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa kebiasaan menabung berpengaruh signifikan terhadap *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) dan nilai *t-statistik* sebesar 12.232, yang merupakan nilai tertinggi di antara seluruh pengujian hipotesis. Dengan demikian, hipotesis H4 diterima. Ini menunjukkan bahwa secara statistik, terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kebiasaan menabung dengan kemampuan mengontrol pengeluaran (*spending self-control*) pada pengguna *e-wallet* Generasi Z.

Nilai *original sample* sebesar 0.755 menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat, yang berarti semakin tinggi kebiasaan menabung seseorang, maka semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam mengontrol pengeluaran. Temuan ini memperkuat anggapan bahwa menabung tidak hanya berperan dalam akumulasi aset, tetapi juga berfungsi sebagai alat pengendalian perilaku konsumsi.

Menurut Indrawati dan Rachmawati (2022), kebiasaan menabung secara rutin dapat memperkuat kesadaran finansial individu, sehingga mereka lebih mampu menunda kepuasan dan menghindari pembelian impulsif, terutama dalam konteks penggunaan teknologi keuangan

digital. Menabung melatih individu untuk menetapkan prioritas keuangan dan membentuk perilaku disiplin terhadap penggunaan uang.

Selain itu, Utami dan Saputra (2021) menjelaskan bahwa menabung memperkuat *future orientation*, yaitu orientasi terhadap masa depan yang mendorong seseorang untuk berpikir dua kali sebelum mengeluarkan uang untuk hal-hal yang bersifat konsumtif atau sesaat. Dalam konteks *e-wallet* yang menyediakan kemudahan dan kecepatan bertransaksi, orientasi ini sangat penting dalam memperkuat *self-control* terhadap godaan diskon, *flash sale*, atau notifikasi belanja.

Dukungan lain datang dari studi Marliyana dan Nugrahani (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa yang aktif menabung memiliki kecenderungan lebih rendah untuk menggunakan saldo *e-wallet* mereka secara sembarangan. Mereka biasanya menetapkan batas transaksi, menyisihkan dana cadangan, dan memiliki kontrol yang lebih besar dalam memilih kebutuhan yang benar-benar prioritas.

Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa kebiasaan menabung memiliki dampak langsung dan kuat dalam membentuk kemampuan pengendalian diri dalam pengeluaran, bahkan dalam konteks lingkungan digital yang memfasilitasi perilaku konsumtif. Oleh karena itu, menabung bukan sekadar aktivitas finansial, tetapi juga merupakan proses pembentukan karakter keuangan yang mendukung *self-control* jangka panjang.

Pengaruh Spending Self-Control Terhadap Perilaku Overspending

Berdasarkan Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa *spending self-control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) dan nilai *t-statistik* sebesar 3.511. Oleh karena itu, hipotesis H5 diterima. Secara statistik, terdapat pengaruh yang signifikan antara kemampuan mengendalikan pengeluaran dengan kecenderungan melakukan *overspending* pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z.

Nilai *original sample* sebesar -0.536 menunjukkan bahwa hubungan antara *spending self-control* dan perilaku *overspending* bersifat negatif. Artinya, semakin tinggi kemampuan kontrol diri individu dalam hal pengeluaran, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian berlebihan atau tidak terencana.

Temuan ini konsisten dengan teori psikologi keuangan yang menyatakan bahwa kontrol diri (*self-control*) merupakan salah satu determinan utama dalam pengelolaan keuangan yang sehat. Tang, Baker, dan Peter (2020) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat *self-control* yang tinggi cenderung lebih mampu menahan godaan konsumtif, terutama dalam konteks lingkungan digital yang penuh dengan trigger pembelanjaan impulsif seperti promosi aplikasi, diskon terbatas waktu, dan fitur *one-click payment*.

Dalam konteks penggunaan *e-wallet*, Permata dan Yuliana (2022) menunjukkan bahwa rendahnya kontrol diri menjadi salah satu penyebab utama perilaku *overspending*, karena pengguna cenderung merasa tidak “mengeluarkan uang secara nyata” ketika bertransaksi secara digital. Sifat non-fisik uang digital menyebabkan individu kurang menyadari dampak dari pengeluarannya, sehingga perilaku konsumtif dapat meningkat drastis tanpa disadari.

Selanjutnya, Angraini dan Sofyan (2021) menambahkan bahwa Generasi Z yang memiliki *spending self-control* tinggi biasanya menetapkan batas pengeluaran harian, melakukan evaluasi transaksi secara berkala, serta menunda pembelian hingga benar-benar yakin kebutuhan tersebut penting. Praktik-praktik ini terbukti efektif dalam menekan perilaku *overspending*, meskipun mereka tetap aktif menggunakan *e-wallet*.

Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa *spending self-control* merupakan benteng utama terhadap perilaku *overspending*, bahkan dalam ekosistem keuangan digital yang sangat memfasilitasi *impulsive buying*. Kontrol diri yang kuat memungkinkan individu tetap bijak dalam membelanjakan uang, meskipun dihadapkan pada kemudahan transaksi dan godaan konsumtif yang tinggi.

Pengaruh *Spending Self-Control* Sebagai Variabel Mediasi Pada Hubungan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku *Overspending*.

Berdasarkan hasil analisis jalur mediasi, diperoleh bahwa perencanaan keuangan memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap perilaku *overspending* melalui *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.009 (lebih kecil dari 0.05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2.361. Dengan demikian, hipotesis H6 diterima. Artinya, secara statistik terdapat pengaruh mediasi yang signifikan, di mana *spending self-control* memediasi hubungan antara perencanaan keuangan dengan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* Generasi Z.

Nilai *original sample* sebesar -0.105 menunjukkan bahwa arah pengaruh tidak langsung ini bersifat negatif, yang berarti semakin baik perencanaan keuangan yang dilakukan seseorang, maka semakin tinggi *spending self-control* mereka, dan pada akhirnya akan menurunkan kecenderungan *overspending*.

Temuan ini menarik, karena pada jalur langsung (H1), perencanaan keuangan justru menunjukkan hubungan positif terhadap *overspending*. Namun ketika dimediasi oleh *spending self-control*, arah pengaruhnya menjadi negatif. Hal ini menegaskan bahwa *spending self-control* memiliki peran kunci dalam “mengalihkan” efek perencanaan keuangan menjadi lebih fungsional dalam konteks mengurangi perilaku konsumtif.

Menurut Puspitasari dan Wicaksono (2022), perencanaan keuangan tanpa adanya kontrol diri seringkali hanya bersifat administratif atau simbolik—misalnya menyusun anggaran tapi tetap melakukan pengeluaran impulsif. Namun, ketika individu juga memiliki kemampuan untuk mengontrol dorongan belanja, maka perencanaan keuangan benar-benar dapat berfungsi sebagai alat kendali pengeluaran yang efektif.

Selanjutnya, Ibrahim dan Nurhaliza (2021) menjelaskan bahwa pengaruh perencanaan keuangan terhadap pengambilan keputusan konsumsi akan lebih optimal jika individu memiliki *self-regulation* dan mampu menahan gratifikasi instan. Dalam konteks *e-wallet*, di mana proses pembelian hanya membutuhkan beberapa klik, kehadiran *spending self-control* sangat penting untuk mencegah rencana keuangan “dibajak” oleh godaan sesaat.

Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa perencanaan keuangan tidak cukup jika berdiri sendiri. Ia akan memberikan dampak positif terhadap pengurangan perilaku *overspending* hanya jika disertai dengan kontrol diri yang kuat. *Spending self-control* berfungsi sebagai jembatan psikologis yang mentransformasikan perencanaan keuangan menjadi perilaku keuangan yang bijak dan berkelanjutan.

Pengaruh *Spending Self-Control* Sebagai Variabel Mediasi Pada Hubungan Kebiasaan Menabung Terhadap Perilaku *Overspending*.

Berdasarkan hasil analisis jalur mediasi, diperoleh bahwa kebiasaan menabung memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap perilaku *overspending* melalui *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0.000 dan *t-statistik* sebesar 3.323. Oleh karena itu, hipotesis H7 diterima. Secara statistik, terdapat pengaruh mediasi yang sangat signifikan, di mana *spending self-control* memediasi hubungan antara kebiasaan menabung dengan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* Generasi Z.

Nilai *original sample* sebesar -0.405 menunjukkan bahwa arah pengaruh tidak langsung ini bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi kebiasaan menabung seseorang, maka semakin tinggi pula *spending self-control*-nya, yang pada akhirnya akan menurunkan kecenderungan perilaku *overspending*.

Temuan ini mempertegas bahwa kebiasaan menabung tidak hanya berdampak langsung pada perilaku konsumsi, tetapi juga secara tidak langsung membentuk karakter kontrol diri finansial. Individu yang terbiasa menyalurkan uang untuk ditabung cenderung memiliki kebiasaan mengatur prioritas keuangan, dan lebih sadar terhadap konsekuensi dari pembelian impulsif, terutama dalam konteks transaksi cepat melalui *e-wallet*.

Menurut Wulandari dan Rizky (2022), kebiasaan menabung secara rutin dapat memperkuat internalisasi nilai-nilai hemat dan tanggung jawab finansial. Hal ini berdampak pada peningkatan kemampuan individu untuk menunda kepuasan sesaat (*delay of gratification*), yang merupakan komponen utama dari *spending self-control*.

Hal ini juga sejalan dengan temuan dari Hakim dan Lestari (2021) yang menjelaskan bahwa generasi muda yang terbiasa menabung menunjukkan kecenderungan lebih kuat untuk melakukan *self-monitoring* atas pengeluarannya. Dalam konteks digital seperti *e-wallet*, individu dengan *self-control* tinggi tidak hanya mengurangi jumlah pembelian impulsif, tetapi juga lebih selektif dalam memanfaatkan promo atau diskon agar sesuai dengan anggaran yang telah direncanakan.

Lebih jauh, Putri dan Wijaya (2023) menyatakan bahwa kemampuan menabung yang konsisten berkorelasi positif dengan pola pikir jangka panjang dan disiplin finansial, yang keduanya merupakan elemen penting dalam pengendalian pengeluaran. Oleh karena itu, kebiasaan menabung berfungsi sebagai fondasi perilaku keuangan sehat, yang akan membentuk *spending self-control* yang efektif, dan pada akhirnya mencegah perilaku *overspending*.

Dengan demikian, hasil ini memperkuat pemahaman bahwa kebiasaan menabung bukan hanya tindakan menyimpan uang, tetapi juga merupakan mekanisme pembentukan karakter finansial yang dapat mengarahkan individu menuju perilaku konsumsi yang lebih terkontrol dan bijaksana, terutama dalam ekosistem digital yang cenderung memicu *impulsive buying*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 316 responden Generasi Z pengguna *e-wallet* dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Perencanaan Keuangan dan Kebiasaan Menabung terhadap Perilaku *Overspending*, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi *Spending Self-Control*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring, dan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SmartPLS dengan metode analisis *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM–PLS). Kesimpulan dari hasil analisis dapat dijabarkan sebagai berikut:

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Perencanaan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku *Overspending* diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara perencanaan keuangan dan kecenderungan melakukan pengeluaran berlebih. Namun, arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perencanaan keuangan, justru semakin tinggi kecenderungan *overspending*. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui efek *overconfidence bias* dan *moral licensing*, di mana individu merasa “aman” untuk belanja lebih karena telah merasa bertindak bijak dengan merencanakan keuangannya. Hasil ini mengindikasikan bahwa perencanaan keuangan saja tidak cukup untuk menekan perilaku konsumtif, terutama dalam konteks penggunaan *e-wallet* yang sangat praktis dan menggodanya.

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Kebiasaan Menabung berpengaruh signifikan terhadap Perilaku *Overspending* diterima. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan negatif, yang berarti semakin kuat kebiasaan seseorang dalam menabung, maka semakin rendah kecenderungannya untuk *overspending*. Temuan ini konsisten dengan teori bahwa individu yang memiliki pola menabung yang konsisten cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran. Namun, efektivitasnya tetap tergantung pada kesadaran tujuan menabung, karena dalam beberapa konteks, menabung yang tidak disertai disiplin dapat menjadi alat pembenaran perilaku konsumtif.

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Perencanaan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Spending Self-Control* diterima. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa perencanaan keuangan dapat membantu individu meningkatkan kontrol terhadap

pengeluarannya. Dengan membuat anggaran dan tujuan keuangan yang jelas, individu cenderung lebih sadar terhadap batas konsumsi dan lebih mampu menahan dorongan impulsif dalam penggunaan *e-wallet*.

Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Kebiasaan Menabung berpengaruh signifikan terhadap Spending Self-Control diterima. Temuan ini menegaskan bahwa menabung tidak hanya berdampak pada aspek keuangan, tetapi juga memperkuat kontrol diri dalam menghadapi godaan konsumtif. Kebiasaan menyisihkan uang secara rutin membantu individu mengembangkan disiplin, orientasi masa depan, dan kemampuan untuk menunda gratifikasi, yang merupakan inti dari *spending self-control*.

Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Spending Self-Control berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Overspending diterima. Hubungan negatif yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan *overspending*. Hal ini menegaskan peran kunci kontrol diri dalam mencegah konsumsi impulsif, terutama dalam lingkungan transaksi digital yang sangat instan dan persuasif.

Hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Overspending melalui Spending Self-Control sebagai variabel mediasi diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun perencanaan keuangan tidak selalu langsung menurunkan perilaku *overspending*, ia memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui peningkatan kontrol diri. Dengan kata lain, perencanaan keuangan menjadi lebih efektif dalam mencegah *overspending* apabila diiringi oleh kemampuan *spending self-control* yang baik.

Hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap Perilaku Overspending melalui Spending Self-Control sebagai variabel mediasi diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kebiasaan menabung tidak hanya membantu individu menahan pengeluaran secara langsung, tetapi juga memperkuat kontrol diri yang kemudian menekan kecenderungan *overspending*. Dengan demikian, *spending self-control* berperan sebagai jalur penting dalam mengubah kebiasaan menabung menjadi perilaku konsumsi yang lebih sehat dan rasional dalam konteks penggunaan *e-wallet*.

Implikasi

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan teori perilaku keuangan, khususnya dalam konteks penggunaan teknologi keuangan digital oleh Generasi Z. Beberapa implikasi teoritis yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, namun dengan arah hubungan yang positif. Temuan ini memberikan kontribusi baru terhadap pengembangan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan menunjukkan bahwa sikap positif terhadap perilaku keuangan yaitu perencanaan dapat saja menghasilkan konsekuensi yang berlawanan, apabila tidak diiringi oleh kontrol diri atau niat yang terinternalisasi. Ini memperkuat pentingnya faktor *perceived behavioral control* sebagai pengatur arah aktualisasi niat dalam konteks perilaku konsumsi digital.
2. *Spending self-control* terbukti sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara perencanaan keuangan dan kebiasaan menabung terhadap *overspending*. Temuan ini memperkuat relevansi komponen kontrol diri dalam teori seperti TPB dan *Self-Regulation Theory*, yang menekankan bahwa kemampuan untuk menahan dorongan sesaat merupakan kunci utama dalam menghindari perilaku impulsif, terutama di tengah kemudahan transaksi digital seperti *e-wallet*.
3. Kebiasaan menabung berpengaruh signifikan terhadap *overspending*, yang mendukung teori *mental accounting* dan pengendalian diri (*self-control theory*). Penemuan ini menegaskan bahwa kebiasaan finansial praktis seperti menabung memiliki efek protektif

terhadap perilaku konsumtif, memperluas pemahaman bahwa tindakan finansial preventif lebih berpengaruh daripada perencanaan strategis semata.

4. Efek tidak langsung dari perencanaan keuangan terhadap *overspending* yang dimediasi oleh *spending self-control*, tetapi disertai efek langsung yang justru positif, mengindikasikan bahwa literasi atau keterampilan keuangan kognitif tidak cukup untuk mengubah perilaku konsumtif. Implikasi ini memperkuat perlunya pengembangan teori keuangan personal yang mengintegrasikan dimensi afektif dan perilaku, terutama dalam konteks teknologi finansial modern.
5. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam kontekstualisasi ulang teori-teori perilaku keuangan terhadap karakteristik perilaku Generasi Z, yang dikenal dengan impulsivitas tinggi, ketergantungan pada teknologi, dan preferensi terhadap pengalaman instan. Hal ini memperkuat pentingnya reformulasi teori keuangan klasik agar lebih adaptif terhadap pola konsumsi digital dan kebutuhan edukasi finansial generasi masa kini.

Implikasi Praktis

1. Bagi Pengguna *E-Wallet* (Generasi Z): Penelitian ini menekankan bahwa *spending self-control* merupakan kunci utama dalam menghindari perilaku *overspending* di era digital. Generasi Z sebagai pengguna aktif *e-wallet* perlu meningkatkan kesadaran bahwa memiliki rencana keuangan saja tidak cukup jika tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang kuat. Kebiasaan menabung secara konsisten dapat menjadi fondasi dalam memperkuat kontrol diri terhadap berbagai godaan konsumsi digital seperti diskon, flash sale, dan kemudahan pembayaran instan.
2. Bagi Pengembang Aplikasi *E-Wallet* dan *Fintech*: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh fitur transaksi, tetapi juga oleh kapasitas *self-control*. Oleh karena itu, pengembang aplikasi *e-wallet* dapat mengimplementasikan fitur yang mendukung pengendalian diri, seperti: pembatasan pengeluaran otomatis, peringatan anggaran harian, riwayat belanja yang dievaluasi secara visual, hingga gamifikasi kebiasaan menabung. Desain antarmuka yang lebih *mindful* misalnya dengan mengurangi *pop-up* promosi atau *highlight* diskon dapat menjadi pendekatan etis dalam mendukung literasi keuangan digital.
3. Bagi Lembaga Pendidikan dan Pemerintah: Edukasi keuangan yang hanya menekankan aspek pengetahuan atau perencanaan tidak cukup untuk mengatasi tantangan keuangan di era digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dan pembentukan kebiasaan perlu dimasukkan dalam kurikulum literasi keuangan. Lembaga pendidikan dan instansi pemerintah dapat mengembangkan program *experiential learning* seperti simulasi transaksi *e-wallet*, pelatihan menunda gratifikasi, dan praktik *budgeting digital* sejak dini guna menanamkan perilaku keuangan yang lebih adaptif dan bertanggung jawab.
4. Bagi Konselor dan Pelatih Keuangan (*Financial Coach*): Temuan penelitian ini memperkuat pentingnya pendekatan holistik dalam layanan pendampingan keuangan bagi generasi muda. Selain memberikan saran terkait anggaran dan investasi, *financial coach* perlu menggali aspek psikologis seperti impulsivitas, rasa aman palsu karena menabung, dan moral licensing dalam belanja digital. Dengan menggabungkan pendekatan kognitif (rasional) dan afektif (emosional), pendampingan keuangan dapat menjadi lebih personal, efektif, dan berdampak jangka panjang dalam mencegah perilaku *overspending*.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil dan dalam perencanaan penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari kelompok usia Generasi Z yang aktif menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan

secara menyeluruh ke generasi lainnya (seperti Generasi Y atau Generasi X) yang mungkin memiliki karakteristik perilaku keuangan dan tingkat pengendalian diri yang berbeda.

2. Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* (satu kali pengambilan data) sehingga tidak dapat menangkap dinamika perubahan perilaku keuangan, kontrol diri, dan *overspending* dari waktu ke waktu. Dengan demikian, hubungan sebab-akibat antara variabel masih bersifat asosiatif, bukan kausal.
3. Penggunaan metode kuantitatif berbasis kuesioner dengan skala Likert membatasi pemahaman yang lebih dalam terhadap motivasi, nilai-nilai pribadi, atau faktor sosial yang memengaruhi perilaku *overspending*. Elemen psikologis dan sosial yang kompleks mungkin tidak sepenuhnya terwakili dalam data yang dikumpulkan.
4. Penelitian ini berfokus pada faktor internal yaitu *financial management behavior* seperti perencanaan keuangan, kebiasaan menabung, dan kontrol diri. Faktor eksternal yang juga dapat memengaruhi perilaku *overspending*, seperti pengaruh iklan digital, media sosial, tekanan teman sebaya, dan kemudahan fitur *paylater* belum dimasukkan dalam model penelitian.
5. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, sehingga preferensi dan perilaku mereka dalam menggunakan *e-wallet* kemungkinan besar dipengaruhi oleh gaya hidup kampus, keterbatasan pendapatan, serta kebiasaan kelompok sebayanya.

Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan yang telah diidentifikasi, berikut beberapa saran yang dapat menjadi acuan untuk pengembangan penelitian selanjutnya:

1. Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan responden dari lintas generasi, seperti Generasi Y (milenial) atau Generasi X, agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan. Selain itu, segmentasi berdasarkan tingkat pendapatan, atau latar belakang pendidikan juga dapat memberikan gambaran yang lebih holistik tentang perilaku *overspending* dalam konteks *digital*.
2. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan desain longitudinal untuk mengamati perubahan perilaku keuangan, kontrol diri, dan kebiasaan menabung dalam jangka waktu tertentu. Pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih kuat terhadap hubungan kausal antar variabel dan efek jangka panjang penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku *overspending*.
3. Untuk menggali aspek psikologis dan emosional secara lebih dalam, penelitian berikutnya dapat mengombinasikan metode kuantitatif dengan wawancara mendalam atau *focus group discussion*. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi terhadap motivasi subjektif, pengaruh sosial, dan dinamika emosi yang mendorong perilaku konsumtif *digital*.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan variabel eksternal yang turut memengaruhi perilaku *overspending*, seperti paparan media sosial, intensitas penggunaan fitur *paylater*, pengaruh iklan digital, serta tekanan dari lingkungan sosial. Dengan demikian, model yang dibangun akan menjadi lebih kompleks dan mencerminkan realitas pengguna *e-wallet* secara lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Almira, R. M., & Nugroho, B. S. (2023). Pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap Pengendalian Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, 4(1), 12–23.

- Anggraini, D., & Sofyan, M. (2021). Spending Self-Control dan Perilaku Belanja Digital Mahasiswa Generasi Z di Perkotaan. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 6(1), 32–45.
- Anjani, M. D., & Santoso, T. W. (2022). Pengaruh kebiasaan menabung terhadap pengendalian pengeluaran pada pengguna e-wallet di kalangan generasi muda. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, 4(1), 57–68.
- Davydenko, M., Kolbuszewska, M., & Peetz, J. (2021). A meta-analysis of financial self-control strategies: Comparing empirical findings with online media and lay person perspectives on what helps individuals curb spending and start saving. *PLOS ONE*, 16(7), e0253938. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253938>
- 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/j2>
- Dinanti, H. A., & Nesner, Y. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Pekanbaru. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459–469. <https://doi.org/10.1086/209313>
- Fauziah, F., Sari, M. I., & Setianingsih, W. E. (2023, July). The influence of financial knowledge, financial planning, self-control on the financial management behavior of housewives. In *Proceeding International Conference on Economics, Business and Information Technology (ICEBIT)* (Vol. 4, pp. 478–486).
- Fernandes, D., & Oliveira, A. (2021). The Influence of Self-Control on Impulsive Buying Behavior in Mobile Commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>
- Fitri, S. N., & Maulidah, R. (2022). Pengaruh perencanaan keuangan terhadap kontrol pengeluaran impulsif pada generasi digital. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 6(1), 41–52.
- Fitria, D., & Hasanah, N. (2022). Perencanaan Keuangan dan Kontrol Diri dalam Menghadapi Godaan Belanja Digital pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 9(1), 41–52.
- Ghozali. (2016). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Geng, L., Ye, L., Zhou, L., & Zhu, Y. (2021). The Impact of Financial Literacy and Saving Habits on Young Adults' Spending Behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 705460. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.705460>
- Gunawan, N. J., Zulfa, M. T., Zahra, H. F., Setyaputri, I. S., Ginting, J., Halimah, S. N., Dinata, N. Y., Aryani, W. L., Salsabila, R. F., & Wulandari, S. S. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNNES. *Jurnal Potensial*, 3(2).
- Hair, J. F. (with Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S.). (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing AG.
- Hakim, L. A., & Lestari, D. R. (2021). Menabung dan Self-Control: Studi pada Pengguna E-Wallet Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Keuangan Digital*, 5(2), 66–77.
- Handayani, L., & Prasetyo, H. (2022). Menabung dan Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Studi pada Pengguna Dompot Digital. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2), 89–102.
- Hidayati, I., & Afiatin, T. (2020). Peran kontrol diri dan mediasi orang tua terhadap perilaku penggunaan internet secara berlebihan. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 6(1), 43–55. <https://doi.org/10.22146/gamajop.52744>
- Huang, Y., Jin, Q., & Zhang, L. (2022). Online Impulsive Buying: The Role of Payment Method and Self-Control. *Frontiers in Psychology*, 13, 835907.

- <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.835907>
- Ibrahim, R. M., & Nurhaliza, A. (2021). Peran Self-Control dalam Memediasi Pengaruh Financial Planning terhadap Perilaku Konsumtif Digital. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Finansial*, 4(2), 47–58.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–433. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Indrawati, H., & Rachmawati, A. (2022). Pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap Kontrol Diri Keuangan Mahasiswa Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Finansial*, 7(1), 28–39.
- Khan, U., & Dhar, R. (2006). Licensing effect in consumer choice. *Journal of Marketing Research*, 43(2), 259–266. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.2.259>
- Kholid, M. N. (2020). Understanding students' choice of becoming certified sharia accountant in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 219–230.
- Kim, J., Chatterjee, S., & Kim, J. (2021). The role of financial behavior in explaining financial satisfaction: A mediation analysis. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 32(1), 1–13. <https://doi.org/10.1891/JFCP-2000032>
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa di Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 123–135.
- Kukar-Kinney, M., Close Scheinbaum, A., & Schaefer, T. (2016). Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements. *Journal of Business Research*, 69, 691–699. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.021>
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan aplikasi dompet digital terhadap transaksi retail mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*, 64–69.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh diskon pada aplikasi e-wallet terhadap pertumbuhan minat pembelian impulsif konsumen milenial di wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Kusuma, A. P., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan e-wallet di Kota Bandung. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 45–56.
- Leite, P. L., Pereira, V. M., Nardi, A. E., & Silva, A. C. (2014). Psychotherapy for compulsive buying disorder: A systematic review. *Psychiatry Research*, 219(3), 411–419. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2013.06.003>
- Leksono, A. W., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh self-knowledge dan self-deception terhadap pengelolaan uang saku. *Research and Development Journal of Education*, 6(1), 28–40.
- Lestari, R. T., & Fauzan, A. (2021). Pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Keuangan*, 5(2), 66–78.
- Lim, H., Heckman, S., & Letkiewicz, J. (2020). Financial planning and financial behavior: The moderating role of financial knowledge. *International Journal of Consumer Studies*, 44(6), 516–527. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12596>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–43. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless dan cardless sebagai perilaku transaksi di era digital. *Co-Management*, 3(2), 533–542.
- Marliyana, D., & Nugrahani, E. (2023). Kebiasaan Menabung dan Perilaku Penggunaan E-Wallet: Studi pada Mahasiswa Jabodetabek. *Jurnal Keuangan Generasi Muda*, 4(1), 15–

26.

- Montemarano, V., Kim, H. S., & Antony, M. M. (2024). A comparison of buying disorder to addictive and obsessive-compulsive disorders on impulsivity, compulsivity, and reward processing: A narrative review. *Current Psychology*, 43(10), 9336–9353. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-04846-z>
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143–153. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nafisah, A. N. (2020). Pengaruh literasi keuangan, teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku menabung (Studi pada mahasiswa S1 Manajemen Universitas Brawijaya Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Natan, E., & Mahastanti, L. A. (2022). Analisis pengaruh financial literacy dan locus of control sebagai variabel moderating terhadap management behaviour. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 2354–2363.
- Neysa, E. R. (2019). Pengaruh kontrol diri dan orientasi fashion terhadap pembelian kompulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- NG, R., & Yuwono, W. (2022). PENGARUH SELF-CONTROL, FAMILY INFLUENCE DAN OVERCONFIDENCE TERHADAP SAVING HABIT DENGAN FINANCIAL ATTITUDE SEBAGAI MEDIATOR. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(1), 341–350. <https://doi.org/10.31955/MEA.V6I1.1855>
- Noor, N., Batool, I., & Arshad, H. M. (2020). Financial literacy, financial self-efficacy and financial account ownership behavior in Pakistan. *Cogent Economics & Finance*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1808284>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Nugroho, D. R., & Cahyani, P. D. (2021). Peran perencanaan keuangan terhadap kontrol diri pengeluaran di kalangan mahasiswa pengguna dompet digital. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 5(2), 110–123.
- Nursofia, A., Hermawan, Y., & Nurdianti, R. R. S. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku menabung generasi Z. *Journal Sains Student Research*, 2(3), 814–826.
- Özer, G., Kutbay, A., & Ozbek, V. (2017). The effects of budgeting, saving and compulsive buying on financial well-being of individuals. *Route Educational and Social Science Journal*, 4, 175–185.
- Permata, H., & Yuliana, D. (2022). Self-Control dan Overspending pada Pengguna E-Wallet: Studi pada Mahasiswa Aktif di Jakarta. *Jurnal Manajemen Keuangan Digital*, 5(2), 19–29.
- Pham, T. H., Yap, K., & Dowling, N. A. (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.007>
- Prawitz, A. D., & Cohart, J. (2020). Financial Management Behavior and the Connection to Savings and Debt. *Journal of Financial Therapy*, 11(2), Article 3. <https://doi.org/10.4148/1944-9771.1237>
- Pulungan, S. A. R., & Siregar, Q. R. (2024). Pengaruh Perencanaan Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kesejahteraan Keuangan Melalui Pengendalian Diri Pada Warga Desa Tanjung Putus. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.59086/JEB.V3I2.564>
- Puspitasari, D., & Wicaksono, H. (2022). Spending Self-Control sebagai Mediasi antara Financial Planning dan Overspending pada Generasi Milenial. *Jurnal Psikologi Keuangan*

- Digital, 6(1), 33–43.
- Putra, A. (2014). Pengujian personal financial behavior, planned behavior terhadap self-control behavior dengan theory planned of behavior. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 9(1), 1–19.
- Putra, R. A., & Yuliani, D. (2021). Hubungan antara kebiasaan menabung dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet. *Jurnal Psikologi dan Ekonomi*, 7(2), 99–111.
- Putri, A. D., & Handayani, S. R. (2023). Pengaruh perencanaan keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna e-wallet. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis*, 5(1), 45–57.
- Putri, F. R., & Wijaya, H. (2023). Kebiasaan Menabung sebagai Predictive Factor terhadap Pengendalian Perilaku Overspending Generasi Z. *Jurnal Keuangan dan Perilaku Konsumen*, 4(1), 14–25.
- Putri, Y. I., & Wiyanto, H. (2019). Keterkaitan antara pengetahuan keuangan dan perencanaan keuangan terhadap perilaku keuangan individu. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 917–925.
- Ramadhani, L., & Oktaviani, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(1), 21–35.
- Ramadhani, N. F., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku overspending pada pengguna e-wallet di kalangan mahasiswa. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 5(2), 88–97.
- Roland, F. V. (2022). Tingkat efektivitas regulasi dan sistem keamanan terhadap penurunan keresahan pengguna e-wallet. *Jurnal Buana Akuntansi*, 7(2), 182–190.
- Sari, R. D., Rahmawati, D., & Gunawan, A. (2023). Financial Planning and Self-Control in Spending Behavior among Millennials. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11(2), 150–161.
- Sari, D. P., & Pratama, H. Y. (2022). Generasi Z dan e-wallet: Menabung sambil belanja?. *Jurnal Perilaku Konsumen Digital*, 4(1), 22–33.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business, A Skill Building Approach (7th Edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons, Ltd
- Septyanto, D., & Praudy, N. A. (2022). Persepsi kemudahan, daya tarik promosi, dan persepsi kemanfaatan pengaruhnya pada minat masyarakat menggunakan aplikasi e-wallet. *Jurnal Keislaman*, 5(2), 269–283. <https://doi.org/10.54298/jk.v5i1.3625>
- Setiawan, A., & Lestari, N. D. (2021). Makna Menabung di Kalangan Generasi Z: Studi Fenomenologis terhadap Mahasiswa Pengguna E-Wallet. *Jurnal Psikologi Sosial dan Ekonomi*, 6(2), 77–88.
- Setiawan, R., & Lestari, M. A. (2021). Kebiasaan menabung dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna dompet digital. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital*, 3(2), 88–101.
- Starr, M. A. (2007). Saving, spending, and self-control: Cognition versus consumer culture. *Review of Radical Political Economics*, 39(2), 214–229. <https://doi.org/10.1177/0486613407302484>
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.03.002>
- Sui, L., Sun, L., & Geyfman, V. (2021). An assessment of the effects of mental accounting on Overspending behaviour: An empirical study. *International Journal of Consumer Studies*, 45(2), 221–233. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12620>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahputra, H., & Novita, R. (2022). Self-control dan penggunaan e-wallet: Studi perilaku

- pengeluaran berlebih pada generasi Z. *Jurnal Keuangan Digital dan Perilaku*, 6(1), 43–55.
- Tang, N., Baker, A., & Peter, P. C. (2018). Investigating the disconnect between financial knowledge and behavior: The role of self-control. *Journal of Consumer Affairs*, 52(2), 337–357. <https://doi.org/10.1111/joca.12140>
- Tang, N., Baker, A., & Peter, P. (2022). Saving Behavior and Financial Self-Control: The Moderating Role of Future Orientation. *Journal of Consumer Affairs*, 56(1), 145–162. <https://doi.org/10.1111/joca.12364>
- Tang, N., Baker, A., & Peter, P. C. (2020). Self-Control, Financial Behavior, and Financial Well-Being. *Journal of Consumer Affairs*, 54(1), 69–99. <https://doi.org/10.1111/joca.12262>
- Thung, C. M., Tan, G., San, O. T., & Wai, C. K. (2012). Determinants of saving behaviour among the university students in Malaysia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 3(1), 1–10.
- Umar, H. (2003). *Metodologi penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (Vol. 20, pp. 40–43). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, P. A., & Saputra, R. H. (2021). Future Orientation dan Kebiasaan Menabung sebagai Prediktor Kontrol Diri dalam Penggunaan Dompot Digital. *Jurnal Psikologi Uang dan Konsumen*, 6(2), 55–67.
- Vastag, T., & Balassa, B. E. (2020). Conceptual framework of terms concerning *Overspending*. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 227–243.
- Voth, E. M., Claes, L., Georgiadou, E., Selle, J., Trotzke, P., Brand, M., de Zwaan, M., & Müller, A. (2014). Reactive and regulative temperament in patients with compulsive buying and non-clinical controls measured by self-report and performance-based tasks. *Comprehensive Psychiatry*, 55(7), 1505–1512. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2013.05.015>
- Wahyu, D., Sari, P., & Anwar, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa S1 Feb Upn “Veteran” Jawa Timur. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 81–93. <https://doi.org/10.37531/SEJAMAN.V5I2.1911>
- Wahyuni, T., & Fitriani, E. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2), 112–123
- Widyaningrum, R. E., & Rizal, M. (2021). Perilaku Konsumtif Generasi Z: Analisis Moral Licensing dalam Pengelolaan Keuangan Digital. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(2), 90–103.
- Wijayanti, E., Sinarwati, N. K., & Rahmawati, P. I. (2024). Pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan pegawai pemerintah non pegawai negeri (PPNPN) Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 15(1), 67–8
- Wulandari, A., & Rizky, P. N. (2022). Pengaruh Habitual Saving terhadap Pengendalian Diri dalam Penggunaan Uang Elektronik. *Jurnal Ekonomi dan Psikologi Konsumen*, 3(2), 33–43.
- Yu, H., Lin, Y., & Xie, X. (2023). Digital Payment Systems, Self-Control, and Excessive Spending among Gen Z Consumers. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(1), 46–61. <https://doi.org/10.1002/cb.2104>
- Yulianti, N., & Silviana, M. (2020). Financial Planning and Self-Control: How Budgeting Shapes Digital Spending Behavior. *Indonesian Journal of Behavioral Economics*, 3(1), 19–30.