

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN
TRANSAKSI *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
INDIVIDU DI ERA *CASHLESS SOCIETY* DENGAN *DIGITAL SAVVY*
DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
EKONOMI**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
OLEH :
SALWA AULIA FAUZIAH
21108030015
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1601/Un.02/DEB/PP.00.9/10/2025

Tugas Akhir dengan judul

: PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TRANSAKSI
DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF INDIVIDU DI ERA
CASHLESS SOCIETY DENGAN DIGITAL SAVVY DAN LITERASI KEUANGAN
SYARIAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SALWA AULIA FAUZIAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21108030015
Telah diujikan pada : Rabu, 24 September 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Izra Berakon, M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 68f89bfcede620



Pengaji I

Rizaldi Yusfiarto, S.Pd.,M.M.
SIGNED

Valid ID: 68e89fe8a02fc



Pengaji II

Hilmy Baroroh, S.E.I.,M.E.K
SIGNED

Valid ID: 68f874da0cccd5



Yogyakarta, 24 September 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 68f988b7a3b2e



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Salwa Aulia Fauziah
Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
D.I. Yogyakarta

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Salwa Aulia Fauziah
NIM : 21108030015
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Transaksi Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Di Era Cashless Society Dengan Digital savvy dan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam ilmu manajemen keuangan syariah.

Dengan ini saya mengharapkan agar skripsi di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, 18 September 2025
Pembimbing



Izra Berakon, M.Sc.
NIP. 19900927 201801 1 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Aulia Fauziah

NIM : 21108030012

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Transaksi Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Di Era Cashless Society Dengan Digital savvy Dan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi**” merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 18 September 2025

Penulis,



Salwa Aulia Fauziah

NIM. 21108030028

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salwa Aulia Fauziah
NIM : 21108030015
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eklusif (*non-exclusive free right*) atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Transaksi Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Di Era Cashless Society Dengan Digital savvy Dan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi”

Dengan perangkat pendukung yang relevan (jika diperlukan), saya memberikan izin kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk menggunakan tugas akhir saya tanpa dikenakan royalti dan secara non-eksklusif. Universitas berhak untuk menyimpan, mengubah format, mengelola, memelihara, dan mempublikasikan karya saya dalam bentuk basis data, selama nama saya tetap dicantumkan sebagai penulis dan pemegang hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 18 September 2025

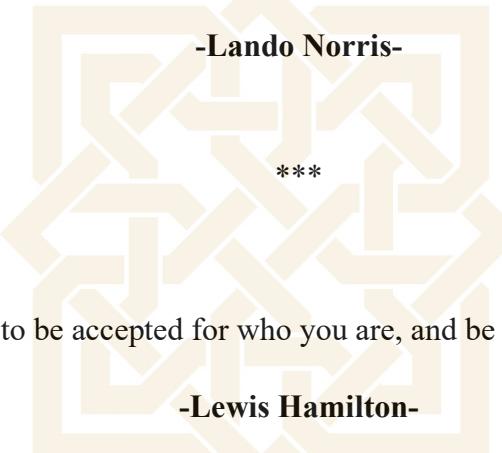
Penulis,



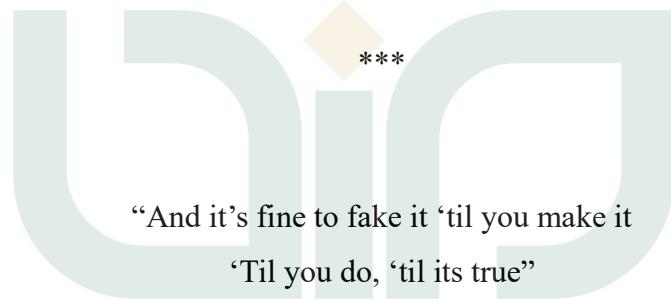
Salwa Aulia Fauziah
NIM. 21108030028

HALAMAN MOTTO

“Gonna just bide my time,
but i know my time's coming,
it's definitely gonna come”



“You just need to be accepted for who you are, and be proud of who you are”



“And it's fine to fake it ‘til you make it
‘Til you do, ‘til its true”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMPAHAN

Bismillahhirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dengan izin dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan penuh cinta, doa, dan rasa syukur, saya persembahkan karya ini kepada orang tua tercinta. Terima kasih atas doa yang tiada henti, kesabaran yang luar biasa, dan kasih sayang yang selalu menyertai langkah hidup saya. Pengorbanan dan cinta kalian adalah motivasi terbesar saya untuk terus berjuang.

Terima kasih kepada kedua adikku yang tercinta. Terima kasih telah menjadi sumber motivasi dan kebahagiaan, sekaligus pengingat bahwa setiap perjuangan tidak hanya untuk diriku sendiri, tetapi juga untuk kalian.

Tak lupa juga ucapan terima kasih kepada seseorang yang istimewa, sahabat terdekat, dan teman-teman tersayang. Terima kasih atas pengertian, dukungan, dan doa yang selalu kalian berikan, serta kesabaran dalam menemani perjalanan ini. Kehadiran kalian adalah sumber kekuatan, hingga akhirnya saya bisa mencapai titik ini.

HALAMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ه	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Sād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	'Ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	,	apostrof
ي	Yā'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addiah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta"Marbuttah

Setiap tā' marbūṭah ditransliterasikan sebagai "h," baik ketika berada di akhir kata tunggal maupun di tengah gabungan kata (seperti pada kata yang disambung dengan kata sandang "al"). Aturan ini tidak berlaku untuk kata-kata Arab yang sudah menjadi bagian dari bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali diperlukan bentuk aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua tā' marbūtah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

--- ُ ---	Fathah	ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	ditulis	i
--- َ ---	Dammah	ditulis	u
فعل	Fathah	ditulis	fā'ala
ذكر	Kasrah	ditulis	zukira
يذهب	Dammah	ditulis	yazhabu

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهليّة	Ditulis	jāhiliyyah
2. Fathah + yā' mati	Ditulis	ā
تنسٰى	Ditulis	tansā
3. Kasrah + yā' mati	Ditulis	ī
كَرِيمٌ	Ditulis	karīm
4. Dammah + wāwu mati	Ditulis	ū
فُرُوضٌ	Ditulis	furūq

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + yā' mati	Ditulis	Ai
بِينَكُمْ	Ditulis	bainakum

2. Fatḥah + wāwu mati	Ditulis	<i>au</i>
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذويا لفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi rabbil 'alamin, segala puji hanya bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Transaksi *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Individu di Era *Cashless Society* dengan *Digital savvy* dan Literasi Keuangan Syariah sebagai Variabel Moderasi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya karya ini bukan semata hasil usaha pribadi, melainkan karena doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada::

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Darmawan, SPd., MAB, selaku Kepala Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Sunarsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan hingga akhir.
5. Bapak Izra Berakon, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang

dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, nasihat, serta saran berharga dalam setiap tahap penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Dukungan dan perhatian beliau menjadi dorongan besar bagi penulis untuk tetap bersemangat dan menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu sepanjang perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam proses administrasi selama perkuliahan.
8. Ayah dan Bunda tercinta, terima kasih atas doa-doa yang tak henti-hentinya, cinta yang tak terbatas, dan pengorbanan yang tak terhitung jumlahnya. Dari setiap langkah kecil hingga setiap pencapaian besar, doa kalian selalu menjadi sumber motivasi terbesar dan alasan mengapa penulis terus berjuang dan tidak pernah menyerah. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah hidup Ayah dan Bunda, sebagai balasan atas semua cinta dan pengorbanan yang telah kalian berikan dengan tulus sepanjang hidup kalian.
9. Kedua adikku tersayang, terima kasih sudah menjadi sumber semangat, keceriaan, dan pengingat bahwa perjuangan ini tidak hanya untuk penulis sendiri, tetapi juga untuk kalian. Canda, tawa, dan dukungan sederhana dari kalian selalu menjadi penyemangat.
10. Rasikhah Zahwah Syafitri, yang telah mendampingi penulis sejak awal kuliah hingga hari ini. Terima kasih telah selalu ada, memberikan dukungan, menjadi tempat untuk berbagi cerita, dan tidak pernah bosan mengingatkan penulis untuk terus maju. Ada banyak hal yang tidak akan bisa penulis lalui tanpa kehadiran dan dukunganmu. Semoga persahabatan ini tidak berakhir di sini, dan semoga semua kebaikan yang telah kamu berikan menjadi jalan menuju kebahagiaanmu di masa depan.

11. Syafna, Fariha, Kaka, Shepi, Nandu, dan Farah, Prili yang selalu ada di samping penulis, menemani setiap langkah dan cerita. Tanpa kalian, mungkin penulis tidak akan bisa sampai sejauh ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, untuk tawa, dukungan, dan kehangatan yang tidak pernah pudar. Semoga kita selalu dapat saling mendukung, di mana pun kita berada di masa depan.
12. Ihda Azharia Shafira, yang selalu menemani dan memberikan dorongan semangat tulus di masa-masa akhir penyelesaian skripsi dan persiapan sidang. Terima kasih atas pengertian dan motivasi yang tak pernah putus.
13. Raihan Maulana Faruk, yang telah menjadi penyemangat dalam perjalanan ini. Di tengah rasa ragu yang sering kali datang, kehadiranmu selalu menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah benar-benar sendiri. Terima kasih telah percaya, meyakinkan, dan menguatkan bahwa setiap proses ini layak untuk diperjuangkan. Semoga kita dapat terus berjalan bersama mencapai mimpi-mimpi besar kita.
14. Last but not least, untuk diri sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, meskipun seringkali aku merasa lelah, ragu, dan bahkan hampir menyerah. Terima kasih telah terus melangkah maju, mencoba lagi, dan percaya bahwa setiap proses akan membawa hasil. Perjalanan ini tidaklah mudah, tetapi aku akhirnya berhasil melewatkannya.

Yogyakarta, 18 September 2025

Penulis,



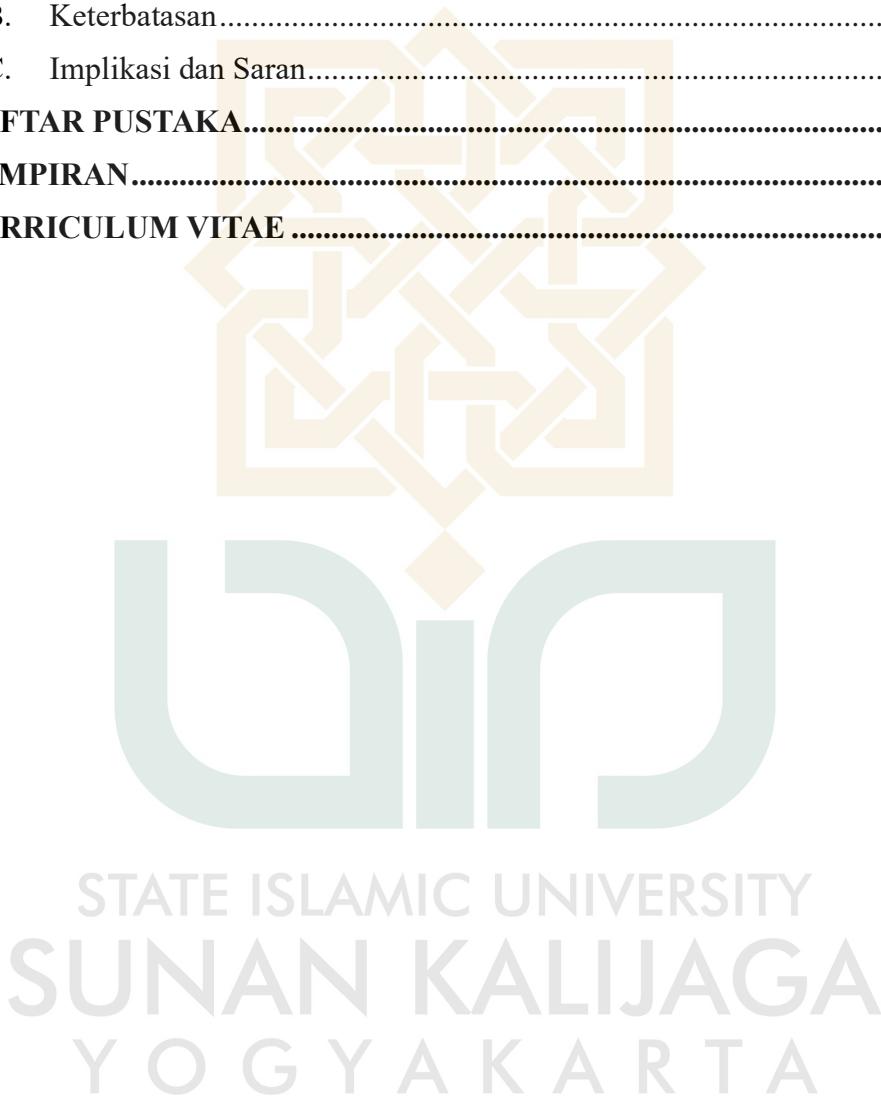
Salwa Aulia Fauziah

NIM. 21108030028

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori	15
B. Kajian Pustaka.....	28
C. Pengembangan Hipotesis	33
D. Kerangka Teoritik.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel Penelitian	43
C. Definisi Operasional Variabel	45
D. Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	49
BAB IV PEMBAHASAN.....	54

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B.	Analisis Data	59
C.	Pembahasan.....	75
BAB V PENUTUP	86
A.	Kesimpulan	86
B.	Keterbatasan.....	87
C.	Implikasi dan Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	101
CURRICULUM VITAE	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Nilai Transaksi	1
Gambar 1.2 Proporsi Pengeluaran Bulanan Generasi Z.....	5
Gambar 1.3 Tingkat Literasi Keuangan Syariah.....	7
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skala Likert	49
Tabel 1.2 Karakteristik Demografi Responden	54
Tabel 1.3 Uji Loading Factor	60
Tabel 1.4 Uji Validitas Konvergen dengan AVE	62
Tabel 1.5 Uji Validitas Diskriminan.....	63
Tabel 1.6 Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 1.7 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 1.8 Hasil R-Square	66
Tabel 1.9 Hasil Q-Square	67
Tabel 1.10 Hasil f-square	68
Tabel 1.11 Hasil Uji Hipotesis	70



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan keamanan transaksi digital payment terhadap perilaku konsumtif individu di era cashless society dengan digital savvy dan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis PLS-SEM terhadap 155 responden mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Digital savvy tidak berperan sebagai variabel moderasi, sedangkan literasi keuangan syariah mampu memoderasi pengaruh kepercayaan dan kemudahan namun tidak signifikan pada keamanan. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi keuangan syariah dalam mengendalikan perilaku konsumtif di tengah pesatnya penggunaan digital payment.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Perilaku Konsumtif, *Digital Payment*.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of trust, convenience, and security of digital payment transactions on individual consumptive behavior in the era of cashless society with digital savvy and Islamic financial literacy as moderating variables. The research method uses a quantitative approach with PLS-SEM analysis techniques on 155 respondents in the Special Region of Yogyakarta. The results show that trust, convenience, and security significantly influence consumptive behavior. Digital savvy does not play a role as a moderating variable, while Islamic financial literacy is able to moderate the influence of trust and convenience but not significantly on security. These findings emphasize the importance of Islamic financial literacy in controlling consumptive behavior amid the rapid use of digital payments.

Keywords: Trust, Convenience, Security, Consumption Behavior, Digital Payment.

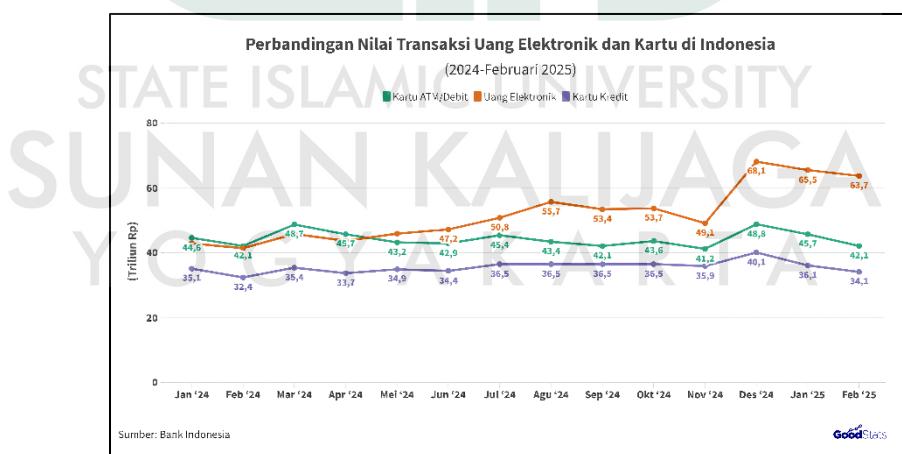


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era revolusi industri 4.0, kemajuan teknologi digital telah mendorong lahirnya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran yang semakin canggih dan efisien. Transaksi yang sebelumnya didominasi oleh penggunaan uang tunai kini telah bertransformasi menuju sistem pembayaran non-tunai yang berbasis digital, seperti *e-wallet*, *mobile banking*, serta metode seperti QRIS. Inovasi ini tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga menciptakan ekosistem pembayaran yang lebih inklusif dan efisien, menjangkau masyarakat di wilayah perkotaan maupun pelosok desa (Tarantang et al., 2019). Pembayaran digital tidak hanya mempermudah transaksi sehari-hari, tetapi juga mendukung inklusi keuangan, mempercepat pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan efisiensi operasional di berbagai sektor (Negarawati & Rohana, 2024).



Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Nilai Transaksi

Sumber : Goodstats

Berdasarkan grafik diatas menurut data laporan Bank Indonesia (BI) yang dikutip melalui goodstat mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik pada Februari 2025 mencapai Rp63,74 triliun, meningkat 53,97% dibandingkan tahun lalu, dan telah melampaui transaksi kartu ATM/debit dan kartu kredit. Transaksi kartu ATM/debit hanya mencapai Rp42,12 triliun dengan pertumbuhan 0,06%, sedangkan kartu kredit meningkat 5,23% menjadi Rp34,12 triliun. Selama tahun 2024, nilai transaksi uang elektronik masih di bawah kartu ATM/debit, yang mencapai Rp7.196,75 triliun, turun 7,8% dari tahun 2023. Sementara itu, transaksi kartu kredit tumbuh 7,63% menjadi Rp436,26 triliun. Pertumbuhan uang elektronik yang mencapai 34,62% menjadi Rp2.503,96 triliun menunjukkan pergeseran pola pembayaran masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi.

Berdasarkan data diatas tren menuju *cashless society* semakin nyata. Munculnya *cashless society* telah mengubah cara individu bertransaksi, transisi dari transaksi tunai (*cash-based*) menuju transaksi non-tunai (*cashless*) semakin pesat. Di berbagai kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Yogyakarta, penggunaan uang tunai secara perlahan mulai tergeser oleh metode *digital payment* yang dinilai lebih praktis dan efisien (Nazar et al., 2023). *Digital payment* adalah metode transaksi yang memanfaatkan layanan elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan aplikasi uang elektronik. Pada sistem ini, semua proses seperti penyimpanan, pemrosesan, dan penerimaan dana dilakukan secara online dalam bentuk digital, di mana transaksi dilakukan melalui platform atau

aplikasi pembayaran elektronik. Banyak pelaku usaha, mulai dari umkm telah menyediakan fasilitas *digital payment*, terutama melalui QRIS dan *e-wallet*. Inisiatif ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan konsumen akan sistem pembayaran yang cepat, mudah, dan aman (Agustin et al., 2025).

Kemudahan yang ditawarkan sering kali mendorong pengguna untuk berperilaku boros dalam hal perilaku konsumtif. Dengan akses yang cepat dan mudah ke berbagai layanan, individu merasa lebih bebas untuk mengeluarkan uang tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari pengeluaran tersebut (Dewi et al., 2021). Kepercayaan dan keamanan terhadap sistem pembayaran digital turut menjadi faktor pendorong meningkatnya frekuensi konsumsi tersebut. Ketika pengguna merasa yakin bahwa transaksi yang dilakukan akan berjalan lancar dan terlindungi. Rasa percaya ini mendorong peningkatan frekuensi transaksi, termasuk pembelian yang bersifat impulsif (Linus, 2025). Perilaku konsumtif muncul sebagai bentuk penyimpangan gaya hidup, di mana individu terdorong untuk berbelanja secara impulsif dan menghabiskan uang dalam waktu yang singkat.

Menurut Pratiwi et al (2024) perilaku konsumtif adalah suatu kondisi dimana individu cenderung membelanjakan sesuatu secara berlebihan tanpa mempertimbangkan batas kebutuhan yang wajar, dengan mengutamakan keinginan di atas kebutuhan pokok, semata-mata untuk memperoleh kepuasan atau kesenangan, tanpa pertimbangan yang rasional. Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif dianggap tidak sesuai dengan prinsip syariah. Islam mengajarkan pemeluknya untuk menggunakan harta secara bijak dan sesuai

kebutuhan. Al-Qur'an menekankan pentingnya memanfaatkan berbagai nikmat Allah SWT untuk hal yang mendatangkan manfaat dan kebaikan, serta melarang perilaku berlebihan, pemborosan, dan konsumsi terhadap sesuatu yang tidak diperlukan. Salah satu ayat yang secara tegas menegur perilaku konsumtif adalah Surah Al-A'raf ayat 31.

يَبْتَئِلُ عَادَمَ حُذْوًا زِينَتُكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُّوا وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

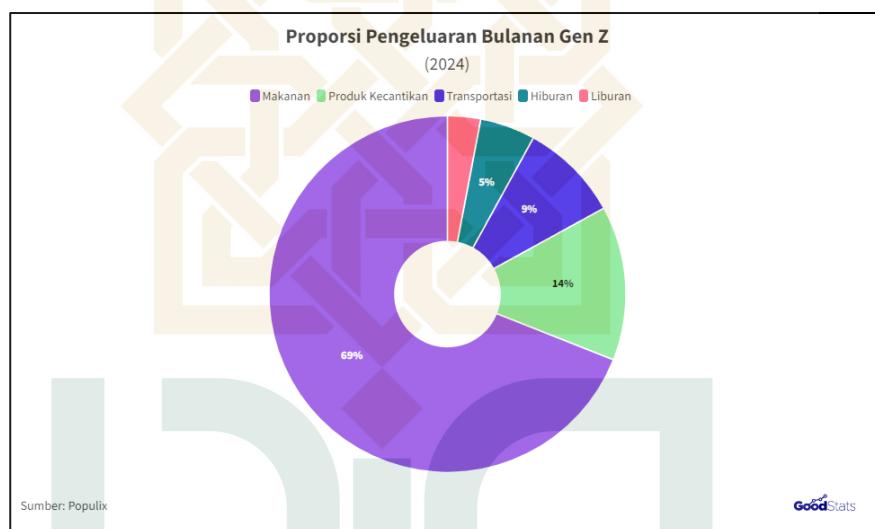
Artinya :

"Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf: 31)

Setiap individu seharusnya dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Pada kenyataannya, manusia cenderung memiliki keinginan yang tak terbatas dan sering kali merasa tidak puas dengan apa yang dimiliki (Habibullah, 2017). Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif, yaitu kondisi di mana seseorang membelanjakan uangnya secara berlebihan, bukan untuk memenuhi kebutuhan primer, tetapi lebih karena dorongan mengikuti gaya hidup dan tren bukan berdasarkan kebutuhan yang logis. Perilaku konsumtif dapat dijumpai pada berbagai kelompok generasi, mulai dari generasi x hingga generasi z. Namun, generasi z menjadi kelompok yang paling rentan karena sering kali mengalami rasa cemas dan takut tertinggal tren, yang dikenal dengan istilah *fear of missing out* (FOMO).

Menurut Bulango et al (2025) perilaku semacam ini umumnya banyak ditemukan di kalangan mahasiswa, yang secara psikologis masih berada dalam fase perkembangan emosi dan kepribadian. Mahasiswa cenderung mudah

terpengaruh oleh lingkungan sosial, sehingga pola konsumsi mereka sering kali ditentukan oleh tren yang sedang populer di sekitar mereka (Arrezqi, 2024). Sejalan dengan Dewi et al (2021) menyatakan bahwa generasi z adalah salah satu kelompok usia remaja yang rentan terhadap perilaku konsumtif, yang disebabkan oleh ketidakmatangan psikologis dan kecenderungan untuk mudah dipengaruhi.



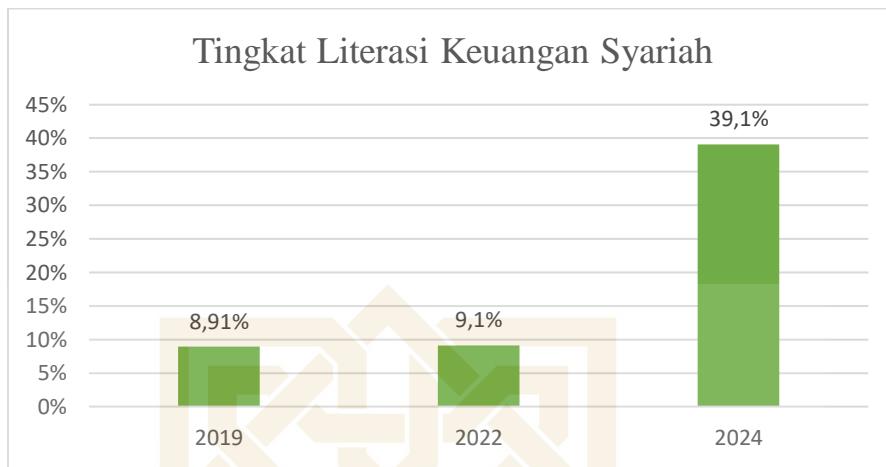
Gambar 1.2 Proporsi Pengeluaran Bulanan Generasi Z

Sumber : Goodstats

Berdasarkan hasil survei dari goodstats, proporsi pengeluaran bulanan Gen Z didominasi oleh sektor konsumsi gaya hidup, dengan kategori makanan menempati porsi terbesar, yaitu 69% dari total pengeluaran. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas pengeluaran Gen Z dialokasikan untuk kebutuhan yang bersifat instan. Selanjutnya, produk kecantikan menempati posisi kedua sebesar 14%, diikuti oleh transportasi sebesar 9%, serta hiburan dan liburan masing-masing sebesar 5% dan 3%. Hasil survei ini menggambarkan bahwa Gen Z memiliki pola konsumsi yang sangat dipengaruhi oleh kebutuhan emosional, estetika, dan keinginan untuk

mengikuti tren, ketimbang memprioritaskan kebutuhan dasar atau jangka panjang (Bulango et al., 2025). Data ini memperkuat pandangan bahwa perilaku konsumtif, terutama di kalangan anak muda seperti Gen Z, tidak hanya dipengaruhi oleh dorongan internal seperti gaya hidup dan fomo, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kepercayaan, kemudahan akses terhadap pembayaran digital.

Selain itu rendahnya pemahaman individu dalam mengelola keuangan juga menjadi salah satu penyebab utama perilaku konsumtif. Kurangnya pengetahuan tentang cara mengatur pengeluaran, menetapkan prioritas kebutuhan, serta memahami risiko keuangan, sering kali membuat seseorang terdorong untuk melakukan pembelian impulsif (Widhiari et al., 2025). Ketika seseorang tidak memiliki dasar pengetahuan yang cukup dalam pengelolaan keuangan pribadi, mereka cenderung terjebak dalam gaya hidup konsumtif yang berorientasi pada keinginan sesaat, bukan pada kebutuhan yang rasional. Literasi keuangan syariah tidak hanya memberikan pemahaman mengenai konsep dan prinsip keuangan islam, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai syariat (Adiyanto & Purnomo, 2021).



Gambar 1.3 Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Sumber : OJK (2024) (Data diolah peneliti)

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia diukur melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019, 2022, dan 2024. Hasil survei tersebut menunjukkan adanya peningkatan jumlah masyarakat yang masuk dalam kategori literasi tinggi (*well literate*) dari waktu ke waktu. Pada tahun 2019, indeks literasi keuangan syariah tercatat sebesar 8,91%, kemudian naik sedikit menjadi 9,1% pada tahun 2022. Lonjakan signifikan terjadi pada tahun 2024, ketika angka literasi keuangan syariah meningkat tajam hingga mencapai 39,11%. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap keuangan syariah terus berkembang secara positif dari tahun ke tahun.

Kepercayaan dan kemudahan terhadap sistem pembayaran digital turut menjadi faktor pendorong meningkatnya frekuensi konsumsi tersebut. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Noverin (2022), yaitu bahwa kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* memiliki dampak yang signifikan

terhadap perilaku konsumtif individu. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dalam menggunakan *digital payment* dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam melakukan pembelian. Selain itu penelitian oleh Giswandhani & Hilmi (2020) juga mengemukakan bahwa kemudahan transaksi non-tunai secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Dengan adanya kemudahan mengakses *digital payment*, individu dapat dengan mudah melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif.

Selain faktor kepercayaan dan kemudahan, faktor keamanan juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *digital payment*. Ketika pengguna merasa aman dalam menggunakan pembayaran digital, mereka cenderung melakukan pembelian dengan cepat, bahkan tanpa mempertimbangkan urgensi kebutuhannya (Sahabuddin et al., 2025). Temuan penelitian oleh Rahmawati & Yuliana (2020) menerangkan bahwa pengaruh keamanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet*. Pembayaran digital yang dianggap aman akan meningkatkan frekuensi pembelian, karena pengguna merasa terlindungi saat menggunakan layanan pembayaran digital tersebut.

Dengan adanya *digital payment*, sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi pembelian, terutama para mahasiswa yang merupakan generasi yang melek teknologi. *Digital savvy* adalah kemampuan individu untuk memahami, mengadaptasi, dan memanfaatkan teknologi digital secara cerdas dalam kehidupan sehari-hari (Pramitasari et al., 2025). Berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh Safira et al (2023), *digital savvy* berpengaruh positif dan dapat memperkuat hubungan antara kepercayaan, kemudahan, dan manfaat penggunaan *digital payment* terhadap peningkatan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat *digital savvy* seseorang, maka semakin kuat pula kecenderungannya untuk melakukan transaksi secara intensif, bahkan impulsif, karena merasa nyaman, aman, dan mudah dalam menggunakan layanan *digital payment*.

Sebagian besar studi sebelumnya telah mengkaji pengaruh kepercayaan, kenyamanan, dan keamanan transaksi pembayaran digital terhadap perilaku konsumen. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya belum mempertimbangkan peran variabel moderasi yang dapat memengaruhi kekuatan hubungan antar variabel tersebut. Studi ini untuk mengatasi kesenjangan tersebut dengan menggunakan *digital savvy* dan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. *Digital savvy* mencerminkan kemampuan individu untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara cerdas (Verlia et al., 2024), sementara literasi keuangan syariah mencerminkan pemahaman tentang prinsip-prinsip pengelolaan keuangan berdasarkan nilai-nilai Islam (Nasution & Fatira, 2019).

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dengan fokus pada mahasiswa, hal ini dikarenakan kota ini dikenal sebagai pusat pendidikan dengan banyak perguruan tinggi dan populasi mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Selain sebagai pusat pendidikan, Yogyakarta juga menawarkan lingkungan yang mendukung pola konsumsi mahasiswa. Banyaknya pusat

perbelanjaan seperti *mall*, *coffee shop*, kafe, tempat makan, dan fasilitas hiburan lainnya memberikan kemudahan akses bagi mahasiswa untuk berbelanja (Hapsari & Wijaya, 2024). Di sisi lain, mahasiswa di Yogyakarta memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi, termasuk dalam penggunaan layanan pembayaran digital seperti *e-wallet*, QRIS, dan *mobile banking*. Dengan kombinasi gaya hidup yang aktif dan pemanfaatan teknologi yang luas, Yogyakarta menjadi lokasi yang ideal untuk meneliti hubungan antara penggunaan pembayaran digital dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Peneliti berusaha untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif individu di era *cashless society* berdasarkan latar belakang, fenomena, data, dan teori-teori yang ada saat ini, serta penelitian terdahulu yang mendukung hasil temuannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Transaksi Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Individu di Era Cashless Society Dengan Digital savvy Sebagai Variabel Moderasi**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan terhadap transaksi *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif individu?
2. Apakah kemudahan dalam penggunaan *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif individu?

3. Apakah keamanan transaksi *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif individu?
4. Apakah *digital savvy* memoderasi pengaruh antara kepercayaan terhadap perilaku konsumtif individu?
5. Apakah *digital savvy* memoderasi pengaruh antara kemudahan terhadap perilaku konsumtif individu?
6. Apakah *digital savvy* memoderasi pengaruh antara keamanan terhadap perilaku konsumtif individu?
7. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh antara kepercayaan terhadap perilaku konsumtif individu?
8. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh antara kemudahan terhadap perilaku konsumtif individu?
9. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh antara keamanan terhadap perilaku konsumtif individu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan transaksi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif individu.
2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif individu.
3. Untuk menganalisis pengaruh keamanan transaksi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif individu.

4. Untuk mengetahui apakah *digital savvy* memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap perilaku konsumtif individu.
5. Untuk mengetahui apakah *digital savvy* memoderasi pengaruh kemudahan terhadap perilaku konsumtif individu.
6. Untuk mengetahui apakah *digital savvy* memoderasi pengaruh keamanan terhadap perilaku konsumtif individu.
7. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap perilaku konsumtif individu.
8. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh kemudahan terhadap perilaku konsumtif individu.
9. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh keamanan terhadap perilaku konsumtif individu.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran digital, perilaku konsumen, dan teknologi keuangan di era digital.

2. Manfaat praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat bagi pelaku industri *digital payment*, e-commerce, dan lembaga keuangan digital dalam memahami bagaimana kepercayaan,

kemudahan, dan keamanan memengaruhi perilaku konsumtif pengguna. Temuan ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi peningkatan layanan dan edukasi konsumen, khususnya di kalangan pengguna yang memiliki tingkat *digital savvy* tinggi. Penelitian ini juga bermanfaat bagi individu agar lebih bijak dalam menggunakan teknologi digital payment di tengah berkembangnya budaya konsumtif di era *cashless society*.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bagian, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab 1 Pendahuluan berisi penjelasan tentang latar belakang yang mendasari dilakukannya penelitian terkait pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan keamanan transaksi digital payment terhadap perilaku konsumtif individu di era *cashless society* yang dimoderasi oleh *digital savvy*, yang disertai dengan data-data yang sesuai dengan judul yang diteliti. Bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II Landasan Teori berisi uraian mengenai berbagai teori yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian ini. Serta penjelasan mengenai penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik yang diteliti. Keberadaan teori-teori tersebut, beserta tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu, menjadi

tumpuan dalam merumuskan hipotesis serta menyusun kerangka pemikiran yang sistematis dan relevan dengan masalah yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III Metode Penelitian berisi penjelasan yang akan digunakan untuk penyusunan skripsi. Metode penelitian ini memberikan penjelasan yang terdiri dari jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, definisi operasional variabel, sumber dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV Hasil dan Pembahasan berisi penjelasan mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan, pengujian hipotesis dan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan peneliti, serta penjelasan terkait hasil tersebut berdasarkan teori dan tinjauan pustaka.

BAB V PENUTUP

Bab V Penutup berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang merupakan bagian akhir dari sebuah penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan keamanan transaksi digital payment terhadap perilaku konsumtif individu dengan *digital savvy* dan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel utama, yaitu kepercayaan, kemudahan, dan keamanan, terbukti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *digital payment* di Yogyakarta. Kepercayaan dan keamanan terbukti memperkuat keyakinan pengguna untuk melakukan transaksi secara lebih intensif, sedangkan kemudahan menjadi faktor dominan yang mendorong perilaku konsumtif secara langsung.

Digital savvy tidak berperan signifikan sebagai variabel moderasi dalam ketiga hubungan tersebut, hal ini disebabkan oleh karakteristik responden yang relatif homogen, mayoritas merupakan mahasiswa yang memiliki tingkat literasi dan kecakapan digital tinggi, sehingga tidak terdapat perbedaan yang cukup substansial dalam pengaruh *digital savvy* terhadap hubungan antara kepercayaan, kemudahan, ataupun keamanan dengan perilaku konsumtif. Selain itu, pada populasi yang telah adaptif terhadap teknologi, peran *digital savvy* sebagai pembeda menjadi tidak dominan, sebab hampir seluruh responden sudah terbiasa dan nyaman dalam memanfaatkan aplikasi maupun fitur *digital payment*, sehingga efek moderasi dari *digital savvy* menjadi tidak signifikan.

Sebaliknya, literasi keuangan syariah terbukti berperan signifikan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kepercayaan dan kemudahan transaksi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif individu. Pada hubungan kepercayaan dengan perilaku konsumtif, literasi keuangan syariah memperkuat pengaruh positif, sehingga individu dengan tingkat literasi yang tinggi cenderung semakin terdorong untuk berperilaku konsumtif ketika memiliki rasa percaya terhadap layanan *digital payment*. Hal ini dikarenakan melalui karakteristik responden yang menganggap penggunaan *digital payment* yang terpercaya dan sudah sesuai prinsip syariah, sehingga keyakinan dan rasa aman dalam bertransaksi justru memperbesar kecenderungan konsumtif ketika kepercayaan tersebut sudah terpenuhi. Sebaliknya, pada hubungan kemudahan dengan perilaku konsumtif, literasi keuangan syariah justru memperlemah pengaruh positif tersebut, yang ditunjukkan dengan arah hubungan negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa individu dengan literasi keuangan syariah yang tinggi lebih rasional, selektif, serta berhati-hati dalam memanfaatkan kemudahan transaksi *digital payment*, sehingga tidak mudah terjebak dalam perilaku konsumtif.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel penelitian hanya berfokus pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih luas dengan karakteristik berbeda, misalnya pekerja atau masyarakat umum di daerah lain. Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan

kuantitatif melalui kuesioner daring, yang berpotensi menimbulkan bias jawaban responden karena faktor subjektivitas atau keterbatasan pemahaman terhadap pertanyaan. Ketiga, variabel moderasi yang digunakan hanya terbatas pada *digital savvy* dan literasi keuangan syariah, padahal masih terdapat faktor lain yang mungkin berpengaruh, seperti gaya hidup, tekanan sosial, atau regulasi pemerintah. Selain itu, penelitian ini bersifat *cross-sectional* sehingga tidak dapat menggambarkan dinamika perilaku konsumtif dalam jangka panjang.

C. Implikasi dan Saran

1. Implikasi Penelitian

Implikasi teoretis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap literatur terkait adopsi teknologi keuangan digital dengan mengintegrasikan perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian memperkuat pemahaman bahwa *trust*, *ease of use*, dan *security* merupakan determinan penting dalam mendorong perilaku konsumtif di era *cashless society*. Di sisi lain, temuan mengenai peran literasi keuangan syariah menegaskan pentingnya aspek edukasi finansial dalam mengendalikan perilaku konsumsi, sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji faktor pengendali konsumtif di era digital. Implikasi praktisnya, penyedia layanan *digital payment* perlu meningkatkan aspek keamanan, kemudahan, serta membangun kepercayaan pengguna untuk mempertahankan loyalitas. Namun, peningkatan layanan ini juga harus diimbangi dengan program literasi keuangan, khususnya

berbasis nilai syariah, guna mencegah perilaku konsumtif berlebihan di kalangan generasi muda. Selain itu, institusi pendidikan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk memperkuat kurikulum literasi digital dan literasi keuangan.

2. Saran Penelitian

Berdasarkan keterbatasan penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan responden dengan melibatkan berbagai segmen masyarakat, seperti pekerja, ibu rumah tangga, maupun pelaku usaha kecil, agar hasilnya lebih representatif. Penelitian mendatang juga sebaiknya menggunakan desain longitudinal untuk melihat perubahan perilaku konsumtif dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel moderasi atau mediasi lain, seperti gaya hidup, kontrol diri, atau regulasi pemerintah, yang dapat memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di era digital. Dari sisi praktis, pemerintah dan lembaga keuangan diharapkan terus mendorong program literasi keuangan digital berbasis syariah yang lebih aplikatif, agar masyarakat mampu memanfaatkan teknologi pembayaran digital secara bijak tanpa terjebak dalam pola konsumtif yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. S. (2015). Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), 1–21. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbecho.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama) *The. Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/view/1031/834>
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Aeni, I. N., Fitri, L. E., & Roihan, M. (2024). Pengaruh E-Payment, Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 8(2), 147–162.
- Agustin, D., Millah, D., Sirait, B., Zulfa, M., & Kustina, L. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Cashless Society. *Jurnal Lentera Manajemen Keuangan*, 03(01), 37–49.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Alfaris, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(2), 67–74. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i2.7450>
- Arrezqi, M. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JURNAL SYNTAX IDEA*, 6(7), 1–12.
- Beheri, T., Simbawa, H., & Husain, M. K. (2025). Consumer Trust in Digital Payment Systems. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(42s), 721–730. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i42s.8179>
- Bulango, E., Panigoro, M., Mahmud, M., Bumulo, F., & Dama, M. N. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. 184–198.
- Cohen, J. (2013). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Statistical Sciences. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 40–50.
- 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>

Dinc, Y., Çetin, M., Bulut, M., & Jahangir, R. (2021). Islamic financial literacy scale: an amendment in the sphere of contemporary financial literacy. ISRA International Journal of Islamic Finance, 13(2), 251–263.
<https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2020-0156>

Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah, 10(1), 105.
<https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2837>

Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Preferensi Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Jurnal of Business & Applied Management, XVI(2), 141–156. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>

Geven, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust And Tam In Online Shopping: An Integrated Model. MIS Quarterly, 27(1), 51–90.

Ghozali, I. (2014). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23 (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ginting, D. B. (2009). Structural Equation Model. Encyclopedia of Biopharmaceutical Statistics, 8(3), 1300–1305.
<https://doi.org/10.3109/9781439822463.209>

Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota Makassar. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 239–250.

Habibullah, E. S. (2017). Etika Konsumsi Dalam Islam. JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM, 1(1), 90–102.

- http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN TERPUSAT STRATEGI MELESTARI
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate Data Analysis (5th Editio). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- 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(1), 2–24.
- Handary, C. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Milenial. Circle Archive, 1(7), 1–9.
- Hapsari, Z. R., & Wijaya, A. (2024). Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan. Journal of Youth and Outdoor Activities, 1(2), 75–90. <https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1139>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115–135.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing Measurement Invariance of Composites Using Partial Least Squares. International Marketing Review, 33(3), 405–431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. In New challenges to international marketing (Vol. 20, pp. 277–319). Emerald Group Publishing Limited.
- Jogiyanto, H., & Willy, A. (2009). Konsep dan aplikasi PLS (partial least square) : Untuk penelitian empiris (1st ed).
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Kurniasari, F. (2021). the Factors Affecting the Adoption of Digital Payment Services Using Trust As Mediating Variable. *Emerging Markets : Business and Management Studies Journal*, 8(1), 15–24. <https://doi.org/10.33555/embm.v8i1.165>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 23–30.
- Lai, P. C., & Liew, E. J. Y. (2021). Towards a Cashless Society: The Effects of Perceived Convenience and Security on Gamified Mobile Payment Platform Adoption. *Australasian Journal of Information Systems*, 25, 1–25. <https://doi.org/10.3127/AJIS.V25I0.2809>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5–14. <https://doi.org/10.20885/PSIKOLOGIKA.VOL2.ISS4.ART1>
- Linus, M. (2025). Peran E-Wallet Dalam Mendorong Perilaku Konsumsi Generasi Milenial. *JUKONI : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02(02), 19–24.
- Maharani, P. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompet Digital GoPay Terhadap

- Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. International Journal Administration, Business & Organization, 4(3), 58–70. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.273>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40–63. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>
- Nazar, M. R., Arifah, U., Fitri, S. M., Aulia, S. S. P., & Ramadianto, M. P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money dan munculnya cashless society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 287–295. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7816294>
- Negarawati, E., & Rohana, S. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 3(4), 46–60. <https://journal.unimaramni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/2712/2493>
- Noverin, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Penggunaan Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Saat Pandemi Covid-19.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,

- Keamanan, Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence : Journal of Management Studies*, 8(1). <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/589>
- Phytaloka, A. D., Norisanti, N., & Nurmala, R. (2025). The Effect of Financial Literacy and Digital Payment on Consumptive Behavior with Lifestyle as an Intervening Variable in Sukabumi City Students. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 6(4), 122–134. <https://doi.org/10.52300/jmsi.v5i2.15182>
- Pramitasari, T. D., Widaninggar, N., & Rachman, R. (2025). Masa Depan Perbankan: Transformasi Digital Menuju Bank 4.0. Deepublish.
- Pratiwi, D. A., Lestari, N. E., & Afrina, R. (2024). Hubungan Konsep Diri dan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif Penggunaan Gadget pada Remaja. *Open Access Jakarta Journal of Health Sciences*, 3(7), 1317–1326. <https://doi.org/10.53801/oajjhs.v3i7.282>
- Pratiwi, I. S., Fitria, D., & Burhanudin. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Shopeepay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri). *Journal of Social Science Research*, 3(3), 3795–3804.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Pujia, D. P., Hidayat, C. E., Kamela, H., Susilowati, & Suhartono. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Prilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 661–677. <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2455>
- Putri, A. R. F., Latiep, I. F., & Suprianto. (2025). Analisis Efisiensi Dan Keamanan Dompet Digital Dalam Meningkatkan Literasi Digital Mahasiswa. *Accounting*

- Profession Journal, 7(1), 225–233.
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. U. (2021). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam “Teori dan Aplikasi.”. RajaGrafindo Persada.
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al Hashfi, R. U. (2021). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam: Teori dan Aplikasi. PT Raja Grafindo Persada.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GO PAY Dari PT . GOJEK Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). Universitas Islam Indonesia, 101.
- Rahmawati, & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. ECONBANK: Journal of Economics and Banking, 2(2), 157–168. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Rio Ferdinand, A., & Ardyansyah, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Karakteristik Individu Dan Prinsip Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura. Indonesian Journal of Business Economics and Management, 2(2), 23–34. <https://doi.org/10.57152/ijbem.v2i2.744>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. Journal of Economic Education and Entrepreneurship, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Behavior Influences on Impulsive Buying Trait Aspects of Buying Impulsiveness. Journal of Consumer Research, 22(3), 305–313.
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Mengukur Perilaku Konsumtif

- Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi Ferrina. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 292–301. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- Sahabuddin, R., Azhari, A., Manggarani, S., Ramadani, F. A., Astuty, L. M., & Purnama, A. (2025). Pengaruh kemudahan, keamanan, promosi, dan kepercayaan penggunaan dompet digital di kalangan masyarakat. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 409–420.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian.
- Salim, A. S., & Nopiansyah, D. (2023). Efisiensi Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (Qris) Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Ukm Di Le Garden Palembang Indah Mall. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1385–1396. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.4028>
- Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR*, 7(2), 116–136.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*.
- Selfanti, Arsal, M., & Badollahi, I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Minat Belanja Mahasiswa : Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 9(April), 1508–1518.
- Sriyono, S., Afandi, M. S., Wulandari, A. P., & Agusti, R. (2023). Efektifitas Penggunaan Fintech (E-Wallet) Terhadap Keputusan Pembelian Dikalangan Generasi Milenial. *JEMMA (Journal of Economic, Management and*

- Accounting), 6(2), 153–161. <https://doi.org/10.35914/JEMMA.V6I2.2054>
- Sudarmadji, S. (2023). Penerapan Model Penerimaan Teknologi pada Intensi Penggunaan E-health: Kerangka Konseptual. *Labs: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 28(2), 46–55. <https://doi.org/10.57134/labs.v28i2.52>
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In Penerbit Alfabeta.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *IAIN Palangka Raya*, 4, 60–75.
- Verlia, C., Angela Caroline, Yoke P. Kornarius, Triningtyas E. P. Gusti, & Gunawan, A. (2024). Perspektif Gen Z sebagai Digital Savvy terhadap niat untuk menggunakan AI di tempat kerja. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 10(1), 162–176. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1939>
- Wayan, N., Mas, D., Pertiwi, Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(2), 1369–1397. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/25548>
- Widhiari, L. K. P., I Nyoman Hendra Laksmana, & Eldian Rinaldi. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap Prilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Kuta selatan. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6500–6516. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8764>
- Wijaya, E., & Susilawati, R. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus pada Layanan Pembayaran Digital Gopay). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(1), 202–209. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i1.3355>
- Yoezer, K., & Dorji, Y. (2023). A Cashless Society: Consumer Perception towards the Use of Digital Transactions. *Asian Research Journal of Arts & Social*

Sciences, 21(4), 1–8. <https://doi.org/10.9734/arjass/2023/v21i4487>

Zahra, F. Al. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Transaksi E-Wallet Shopeepay dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Bandar Lampung) Marketplace Shopee.

Zehra, F., Khan, F. S., Mazhar, S. S., Akhlaque, N., Haque, E., & Singh, A. (2024). Exploring Consumer Preferences and Behaviour Toward Digital Payment Gateways in India. International Journal of Experimental Research and Review, 41, 158–167. <https://doi.org/10.52756/ijerr.2024.v41spl.013>

