



Pengaruh Cashless Society Dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Restu Aulia Rahmi*, Dwila Maresti, Syarifah Zuhra

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi, Bukittinggi

Jl. Tan Malaka, Bukit Canggih Kayu Ramang, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia

Email: ¹*restuaulia130701@gmail.com, ²17.dwila.maresti@gmail.com, ³syarifahrara11@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: restuaulia130701@gmail.com

Submitted: 22/09/2025; Accepted: 06/11/2025; Published: 06/11/2025

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh cashless society dan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap 70 responden yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 1,059$; $p = 0,000$), sementara cashless society justru menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan ($\beta = -0,306$; $p = 0,008$). Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 69,8% variasi perilaku konsumtif (Adj. $R^2 = 0,698$). Temuan ini mengindikasikan bahwa fitur e-wallet seperti cashback dan kemudahan transaksi menjadi pemicu utama perilaku konsumtif, sedangkan pemahaman terhadap sistem cashless yang utuh justru dapat berfungsi sebagai pengendali. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya literasi keuangan digital dan desain e-wallet yang lebih bertanggung jawab.

Kata Kunci: Cashless Society; E-Wallet; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa; Regresi Linier

Abstract—This study aims to analyze the influence of cashless society and e-wallets on the consumptive behavior of students at Mohammad Natsir University Bukittinggi. The research method used a quantitative approach with a survey technique on 70 respondents selected by purposive sampling. Data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression. The results show that e-wallets have a positive and significant effect on consumptive behavior ($\beta = 1.059$; $p = 0.000$), while cashless society shows a significant negative influence ($\beta = -0.306$; $p = 0.008$). Simultaneously, both variables explain 69.8% of the variation in consumptive behavior (Adj. $R^2 = 0.698$). These findings indicate that e-wallet features such as cashback and ease of transaction are the main triggers of consumptive behavior, while a comprehensive understanding of the cashless system can act as a controller. This study recommends the importance of digital financial literacy and more responsible e-wallet design.

Keywords: Cashless Society; E-Wallet; Consumptive Behavior; University Students; Linear Regression

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah menjadi katalis utama dalam transformasi perilaku ekonomi masyarakat global, termasuk di Indonesia. Teknologi ini secara signifikan mengubah pola transaksi konvensional menuju sistem pembayaran digital yang lebih efisien dan praktis, sehingga mendorong terciptanya fenomena cashless society atau masyarakat tanpa uang tunai (Jagaddhita & Kusuma, 2024). Fenomena ini tidak hanya berdampak pada sistem ekonomi makro, tetapi juga pada kebiasaan individu dalam mengelola keuangannya sehari-hari. Pemerintah Indonesia turut mendukung perubahan ini melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT), yang bertujuan untuk memperluas inklusi keuangan dan meningkatkan transparansi transaksi keuangan (Katon & Yuniati, 2020). Dalam konteks ini, e-wallet atau dompet digital menjadi salah satu instrumen utama dalam mendukung ekosistem cashless society karena menawarkan kemudahan transaksi, kecepatan, keamanan, serta berbagai fitur promosi seperti cashback, potongan harga, dan notifikasi real-time (Yousef, 2024).

Walaupun berbagai manfaat pelayanan digital ini mendorong efisiensi ekonomi, muncul pula kekhawatiran terhadap dampak negatifnya, terutama terkait perilaku konsumtif generasi muda. Mahasiswa sebagai kelompok demografis dengan tingkat adopsi teknologi tertinggi, menjadi salah satu segmen yang paling rentan terhadap perubahan gaya hidup akibat perkembangan teknologi finansial. Akses yang mudah terhadap layanan e-wallet berpotensi menciptakan perilaku konsumsi yang impulsif, di mana keputusan pembelian tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan pada dorongan emosional sesaat (Dharma, 2023). Hal ini mengindikasikan adanya tantangan dalam menjaga keseimbangan antara kemudahan transaksi dan kesadaran keuangan individu di era digital.

Generasi mahasiswa, yang dikenal sebagai digital natives, memiliki kecenderungan tinggi dalam menerima dan menggunakan inovasi teknologi, termasuk sistem pembayaran digital (Underdown & Tamara, 2025). Namun, rendahnya tingkat literasi keuangan sering kali menjadi faktor pemicu dari perilaku konsumtif tersebut. Literasi keuangan yang rendah membuat seseorang kurang mampu mengelola keuangan pribadi, sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta tidak memiliki strategi pengelolaan keuangan yang berkelanjutan. Menurut penelitian Priscilia & Fajar (2024), penggunaan e-wallet seperti ShopeePay berkontribusi sebesar 26,3% terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan riset yang dilakukan oleh Katon & Yuniati (2020) menemukan bahwa cashless society mempercepat adopsi transaksi digital dan memperluas akses layanan keuangan, tetapi sekaligus meningkatkan risiko perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi yang berlebihan.

Fenomena ini memperlihatkan adanya paradoks antara tujuan efisiensi finansial dan peningkatan kecenderungan konsumtif individu. Sebelumnya, Dewi et al. (2021) dan Rohmawati et al. (2023) memfokuskan



penelitian mereka pada aspek parsial hubungan antara e-wallet dan perilaku konsumtif tanpa mengeksplorasi mekanisme psikologis mendalam yang melatarbelakanginya. Padahal, dalam konteks sosial-ekonomi mahasiswa, faktor-faktor seperti norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan, serta kontrol perilaku yang dirasakan dapat memainkan peran signifikan dalam membentuk pola konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan kerangka analisis yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan teori perilaku seperti Theory of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) agar hasil penelitian mampu menjelaskan tidak hanya hubungan korelasional, tetapi juga aspek-aspek motivasional dan perseptual dalam perilaku konsumtif (Dharma, 2023).

Penelitian ini dirancang untuk menganalisis pengaruh cashless society dan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara simultan maupun parsial. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei terhadap 70 mahasiswa Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi, penelitian ini berupaya membuktikan hipotesis bahwa kedua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan pendekatan ini memberikan keunggulan dalam mengukur besarnya pengaruh antar variabel secara terukur dan objektif, sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memberikan rekomendasi kebijakan maupun strategi pengelolaan keuangan di lingkungan perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti dimensi sosial dari penggunaan e-wallet, di mana perilaku konsumsi tidak hanya mencerminkan keputusan ekonomi, tetapi juga simbol identitas dan status sosial mahasiswa di era digital.

Hasil analisis empiris menunjukkan bahwa e-wallet memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 1,059$; $p < 0,001$), sedangkan cashless society justru menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan ($\beta = -0,306$; $p = 0,008$). Kedua variabel secara simultan menjelaskan 69,8% variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menarik, sebab meskipun e-wallet memfasilitasi perilaku konsumsi impulsif, kesadaran terhadap sistem cashless society yang berorientasi pada efisiensi dan transparansi justru dapat berfungsi sebagai pengendali perilaku finansial. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi terhadap teknologi finansial sebaiknya disertai peningkatan kesadaran literasi digital dan kontrol perilaku konsumsi, agar manfaat ekonomi yang dihasilkan dapat dimaksimalkan tanpa menimbulkan dampak negatif jangka panjang.

Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat pertumbuhan eksponensial pengguna e-wallet di Indonesia. Data Bank Indonesia (2024) menunjukkan bahwa volume transaksi e-wallet meningkat hingga 31% pada tahun 2023, dengan proporsi signifikan berasal dari kalangan usia 18–25 tahun. Kondisi ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan digital dan pengembangan pendidikan keuangan yang relevan dengan karakteristik generasi muda. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengintegrasikan modul literasi keuangan digital ke dalam kurikulum pendidikan tinggi. Modul ini tidak hanya berfungsi meningkatkan pemahaman teoritis, tetapi juga memberikan keterampilan praktis dalam pengelolaan pengeluaran, pembuatan anggaran pribadi, serta penggunaan teknologi keuangan secara bertanggung jawab.

Selain itu, pengembang aplikasi fintech memiliki tanggung jawab sosial untuk menyediakan fitur-fitur yang mendukung perilaku konsumsi yang lebih sehat, seperti pembatasan pengeluaran otomatis, laporan keuangan bulanan, atau sistem notifikasi akumulasi transaksi. Pemerintah dan lembaga pendidikan juga diharapkan dapat berkolaborasi dalam merancang kebijakan literasi keuangan nasional yang berorientasi pada integrasi digital dan keberlanjutan ekonomi masyarakat (Maresti & Zuhra, 2024). Dengan demikian, pembentukan ekosistem keuangan digital yang seimbang antara inovasi dan tanggung jawab dapat tercapai.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas hubungan antara teknologi finansial, cashless society, dan perilaku konsumtif, masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Pertama, penelitian Dewi et al. (2021) berfokus pada pengaruh promosi digital terhadap konsumsi tanpa menilai aspek psikologis individu. Kedua, studi Rohmawati et al. (2023) menyoroti perilaku impulsif, namun tidak mengaitkannya dengan teori perilaku terencana. Ketiga, Katon & Yuniati (2020) mengkaji makro dampak GNNT tanpa mempertimbangkan perbedaan karakteristik demografis pengguna. Keempat, penelitian Priscilia & Fadjat (2024) terbatas pada satu jenis aplikasi e-wallet dan belum mengeksplorasi peran kontrol diri. Kelima, riset Underdown & Tamara (2025) meneliti adopsi teknologi tanpa menilai dampaknya terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan pendekatan teoritis dan empiris untuk memahami secara komprehensif pengaruh cashless society dan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks sosial-ekonomi Indonesia yang semakin digital.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini berlandaskan pada dua teori utama yang digunakan sebagai grand theory, yaitu Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). Kedua teori tersebut memberikan landasan konseptual yang kuat untuk menjelaskan bagaimana penerimaan teknologi finansial, seperti e-wallet dan sistem cashless society, dapat memengaruhi perilaku konsumtif individu, khususnya di kalangan mahasiswa.

Menurut Technology Acceptance Model (Davis, 1989), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu perceived usefulness (persepsi manfaat) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Dalam konteks penelitian ini, persepsi manfaat dan kemudahan dari sistem pembayaran non-tunai mendorong pengguna untuk lebih sering memanfaatkan teknologi tersebut dalam transaksi sehari-hari. Ketika penggunaan e-



wallet dan sistem cashless dianggap efisien, praktis, dan aman, motivasi untuk menggunakannya meningkat secara signifikan. Namun, dampak lanjutan dari peningkatan frekuensi penggunaan ini sering kali mengarah pada perilaku konsumtif, karena transaksi menjadi lebih cepat dan terasa “tidak nyata”. Persepsi ini menjadikan mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian impulsif tanpa disertai pertimbangan finansial yang matang.

Sementara itu, Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa perilaku individu muncul dari tiga determinan utama: attitude toward the behavior (sikap terhadap perilaku), subjective norm (norma subjektif), dan perceived behavioral control (persepsi kontrol perilaku). Dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa, sikap positif terhadap penggunaan e-wallet dan cashless payment membentuk kecenderungan untuk lebih sering bertransaksi digital. Norma sosial, seperti tren penggunaan e-wallet di kalangan teman sebaya, memperkuat intensi perilaku konsumtif karena adanya tekanan sosial untuk mengikuti gaya hidup digital. Di sisi lain, rendahnya persepsi kontrol diri (self-control) dalam mengelola keuangan menyebabkan mahasiswa sulit membatasi pengeluaran meskipun sadar akan dampak negatifnya. Dengan demikian, kombinasi faktor teknologis dan psikologis inilah yang secara teori membentuk perilaku konsumtif.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, hubungan antara variabel yang dianalisis dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif

Lingkungan cashless society menciptakan budaya transaksi cepat dan tanpa uang fisik. Menurut Ajzen (1991), norma sosial dan kemudahan perilaku (perceived behavioral control) dapat meningkatkan kecenderungan seseorang untuk mengulangi perilaku tertentu. Dalam hal ini, mahasiswa yang terbiasa bertransaksi secara nontunai cenderung mengalami penurunan kesadaran terhadap nilai uang yang sesungguhnya, karena tidak melihat uang berpindah secara fisik. Oleh sebab itu, sistem cashless dapat menimbulkan efek psikologis berupa spending illusion, yaitu kesalahan persepsi terhadap jumlah uang yang telah dikeluarkan. Dengan demikian, semakin tinggi penerapan sistem cashless society, semakin besar kemungkinan terbentuknya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Hipotesis 1 (H1): Cashless society berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan Technology Acceptance Model, penggunaan e-wallet dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan teknologi. Fitur-fitur seperti cashback, promo, dan layanan instan menimbulkan perasaan reward satisfaction yang memperkuat perilaku konsumtif (Davis, 1989; Priscilia & Fadjar, 2024). Selain itu, kemudahan akses transaksi secara real-time menurunkan hambatan psikologis saat mengeluarkan uang. Akibatnya, mahasiswa lebih sering melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan. Dalam kerangka TPB, hal ini sejalan dengan konsep attitude toward behavior, di mana sikap positif terhadap kenyamanan menggunakan e-wallet meningkatkan intensi konsumsi.

Hipotesis 2 (H2): Penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

c. Pengaruh Simultan Cashless Society dan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif

Cashless society dan e-wallet memiliki hubungan yang saling memperkuat. Sistem cashless menjadi landasan makro bagi perilaku ekonomi digital, sedangkan e-wallet berperan sebagai alat mikro yang memfasilitasi perilaku konsumtif pada tataran individu. Kolaborasi dua variabel tersebut dapat mempercepat perubahan perilaku keuangan melalui interaksi antara inovasi teknologi (TAM) dan norma sosial (TPB). Ketika lingkungan sosial mendukung transaksi nontunai dan teknologi mempermudah akses finansial, maka kecenderungan konsumtif mahasiswa meningkat secara signifikan. Faktor psikologis seperti hedonic motivation (motivasi kesenangan) dan instant gratification (kepuasan instan) menjadi mediator alami dalam hubungan ini.

Hipotesis 3 (H3): Cashless society dan penggunaan e-wallet secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan grand theory dan hipotesis tersebut, model penelitian ini berkontribusi pada perluasan pemahaman tentang perilaku konsumtif digital generasi muda. Integrasi TAM dan TPB memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif bukan hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknologi, tetapi juga oleh mekanisme sosial dan kontrol diri pengguna. Dengan demikian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini tidak hanya menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel, tetapi juga memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana kehendak, persepsi, dan norma sosial berinteraksi membentuk perilaku konsumtif mahasiswa di era cashless society.

2.2 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan serangkaian uji statistik untuk memastikan keakuratan dan keandalan data. Uji validitas dengan korelasi Pearson dilakukan untuk memastikan setiap item kuesioner mengukur variabel yang dimaksud, dengan kriteria valid jika $r\text{-hitung} > 0,235$. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha mengukur konsistensi responden, dimana instrumen diandalkan jika nilai Alpha $> 0,6$. Data kemudian dianalisis dengan terlebih dahulu diuji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan dipenuhi asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas ($VIF < 10$, tolerance $> 0,1$), autokorelasi (Durbin-Watson ≈ 2), dan heteroskedastisitas (uji Glejser signifikansi $> 0,05$). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (Cashless Society dan E-Wallet) terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Hipotesis diuji secara parsial dengan uji-t dan simultan dengan uji-



F, sementara koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan perubahan pada variabel dependen (Dharma, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan untuk memastikan kesahihan instrumen penelitian dengan menggunakan korelasi Pearson, dimana suatu item dinyatakan valid jika nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,235 untuk sampel 70 pada signifikansi 5%). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner untuk variabel Cashless Society ($r=0,752$), E-Wallet ($r=0,696$), dan Perilaku Konsumtif ($r=0,544$) dinyatakan valid dan layak digunakan, kecuali pernyataan P4 pada variabel Cashless Society dan P24 pada variabel Perilaku Konsumtif yang tidak memenuhi kriteria validitas.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dan kehandalan kuesioner sebagai alat ukur variabel, dimana instrumen dianggap reliabel jika jawaban responden stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan nilai batas $>0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi kriteria reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,05, sehingga kuesioner dinyatakan dapat dipercaya dan mampu mengungkap informasi yang valid di lapangan.

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini memastikan kelayakan model regresi yang digunakan. Berdasarkan hasil pengujian, data terdistribusi normal (nilai sig. $>$ 0,05 pada uji Kolmogorov-Smirnov), tidak terdapat multikolinearitas (nilai tolerance $>$ 0,1 dan VIF $<$ 10), tidak ada autokorelasi (nilai Durbin-Watson 1,697 dalam rentang 1,5-2,5), serta tidak terjadi heteroskedastisitas (nilai sig. $>$ 0,05 pada uji Glejser). Dengan demikian, seluruh asumsi klasik terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Uji analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen. Teknik ini bertujuan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan kombinasi dari variabel-variabel independen yang ada.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.390	3.417		-.992	.325
1 CASHLESS SOCIETY	-.440	.159	-.306	-2.756	.008
E-WALLET	1.435	.151	1.059	9.531	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 1, dapat dirumuskan persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh cashless society dan E-Wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebagai berikut:

$$PKM = -3,390 - 0,440x_1 + 1,435x_2$$

Pada persamaan regresi sebesar -3,390. Artinya jika variabel, cashless society dan E-Wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dianggap tidak ada, maka peningkatan cashless society sebesar -3,390. Koefisien regresi cashless society sebesar -0,440 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 unit cashless society menyebabkan penurunan pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa akan naik juga sebesar -0,440. Koefisien regresi E-Wallet bernilai positif sebesar 1,435 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 unit perilaku konsumtif akan menyebabkan peningkatan sebesar 1,435.

3.1 Uji Hipotesis

3.1.1 Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh perusahaan atau variasi dari variabel independen. Koefisien determinan menggambarkan bagian dari variabel total yang dapat diterangkan oleh modal. Jika nilai determinasi semakin besar atau mendekati 1 maka ketetapanannya semakin membaik, begitu juga sebaliknya, jika nilai determinasi semakin kecil bahkan semakin jauh 1 maka ketetapanannya semakin jauh.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.698	.689	522.121

a. Predictors: (Constant), E-WALLET, CAHSLESS SOCIETY
b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan Tabel 2, nilai adjusted R Square sebesar 0,689 atau 68,9%, ini menunjukkan bahwa variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen (cashless society dan E-Wallet) sebesar 68,9%, sedangkan sisanya 31,1% ($100\% - 68,9\% = 31,1\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model atau persamaan regresi pada penelitian ini.



3.1.2 Uji Statistik T (Uji t)

Tujuan dari uji t adalah untuk melakukan analisis secara parsial (individual) terhadap variabel independen, yang digunakan untuk mengetahui signifikansi dan pengaruh variabel independen terhadap variabel independen lainnya. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah t hitung ditentukan, digunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 (Hipotesis menunjukkan One Tailed atau satu arah, maksudnya penulis sudah menetapkan diawal arah penelitian dalam pengembangan hipotesis).

1. Jika t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima
2. Jika t hitung < t tabel, maka Ha ditolak dan H0 diterima

Tabel 3. Hasil Uji Statistik T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.390	3.417		-.992	.325
Cashless Society	-.440	.159	-.306	-2.756	.008
E-Wallet	1.435	.151	1.059	9.531	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

1. Pengaruh Cashless Society (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)
 Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 3 berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh Variabel Cashless Society memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,440 dengan nilai t sebesar -2,756 dan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,008. Karena nilai Sig. < 0,05, maka variabel ini berpengaruh signifikan secara statistik terhadap perilaku konsumtif. Namun, arah pengaruhnya adalah negatif, yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan sistem cashless, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Meskipun hipotesis awal menyatakan bahwa Cashless Society berpengaruh positif, hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruhnya justru negatif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan sistem cashless, maka perilaku konsumtif mahasiswa cenderung menurun. Sehingga Hipotesis 1 ditolak, karena arah pengaruh tidak sesuai dengan yang dirumuskan.
2. Pengaruh E-Wallet (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)
 Berdasarkan uji statistik t, Variabel E-Wallet menunjukkan koefisien regresi sebesar 1,435, dengan nilai t sebesar 9,531 dan Sig. sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang sangat kecil (< 0,005) menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif sangat signifikan secara statistik. Arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet, maka perilaku konsumtif mahasiswa cenderung meningkat. Penggunaan E-Wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi frekuensi atau intensitas penggunaan e-wallet, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif. Hipotesis 2 diterima, karena arah dan signifikansi sesuai dengan perumusan awal.

a. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Uji F dasar akan menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Artinya, apakah suatu variabel bebas tertentu merupakan indikator yang signifikan terhadap variabel bebas lainnya. Uji F pada diagram menunjukkan apakah setiap variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau tidak terhadap variabel terikat. Sebagai contoh, perhatikan ini:

- 1) H1 ditolak H2 diterima jika F hitung > F tabel.
- 2) H2 diterima H1 ditolak jika F hitung < F tabel

Tabel 4. Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.230.595	2	2.115.298	77.594	.000 ^a
1 Residual	1.826.491	67	27.261		
Total	6.057.086	69			

a. Predictors: (Constant), E-WALLET , CASHLESS SOCIETY

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan output pada Tabel 4, diperoleh nilai F sebesar 0,77,594 dengan signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan ini jauh lebih besar dari tingkat signifikan standar yang umum digunakan, yaitu 0,05. Artinya pada uji F ini menunjukkan bahwa model regresi linier berganda yang dibangun, dengan variabel terhadap cashless society dan E-Wallet, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif.

Berdasarkan pengujian statistik, tabel 3 diperoleh f dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 dapat menyimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan. Artinya kombinasi dari variabel independen (X1: cashless society, X2: E-Wallet, y: Perilaku Konsumtif Mahasiswa). Secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3.2 Analisis Hasil Penelitian



3.2.1 Pengaruh Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa cashless society memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan jumlah konsumen mahasiswa ($\beta = -0.306$, $p=0.008$). Fenomena ini terjadi karena transaksi non-tunai mengurangi ketidaknyamanan psikologis dalam membayar, yang menyebabkan mahasiswa bertindak secara impulsif tanpa mempertimbangkan implikasi dari transaksi keuangan. Temuan ini konsisten dengan teori (Sekhar et al., 2025) yang menyatakan abstraksinya nilai uang digital memicu pemborosan. Seperti yang diidentifikasi dalam penelitian (Underdown & Tamara, 2025) minimnya jumlah literasi turut memperburuk kecenderungan konsumtif.

Temuan ini memperoleh dukungan teoretis yang kuat dari Theory of Planned Behavior (TPB), di mana kemudahan bertransaksi (perceived behavioral control) melalui e-wallet meningkatkan niat (intention) untuk berbelanja secara impulsif tanpa adanya kendali subjektif yang memadai (Chen et al., 2021). Selaras dengan teori perilaku konsumtif, fasilitas pembayaran non-tunai memperkuat kecenderungan pembelian kompulsif (compulsive buying) sebagai bentuk pelarian emosional, terutama ketika literasi keuangan rendah (Santoso & Wijaya, 2023). Technology Acceptance Model (TAM) juga menjelaskan fenomena ini, di mana perceived usefulness (kepraktisan) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan) e-wallet meningkatkan tingkat adopsi teknologi, namun tanpa diimbangi dengan kesadaran akan risiko perilaku konsumtif (Nguyen et al., 2020). Dengan demikian, kombinasi ketiga teori ini dapat menjelaskan bagaimana teknologi finansial memoderasi sikap (attitude), norma subjektif (subjective norm), dan kontrol perilaku (behavioral control) yang mengarah pada konsumerisme berlebihan.

Implikasi penting dari temuan ini adalah rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa, sebagaimana ditemukan dalam studi terbaru yang menghubungkan literasi keuangan yang rendah dengan peningkatan dampak negatif dari fenomena cashless society terhadap kemampuan pengendalian diri finansial (Putra & Dewi, 2022). Kurangnya pemahaman tentang pengelolaan anggaran, bunga, dan risiko utang menyebabkan mahasiswa menjadi lebih rentan terjebak dalam siklus konsumsi berlebihan ketika melakukan transaksi secara digital (Kurniawan et al., 2021). Penelitian ini juga menyoroti perlunya desain e-wallet yang lebih bertanggung jawab, misalnya dengan penambahan fitur pengingat anggaran (spending alerts) atau penundaan proses transaksi dalam jumlah besar untuk mengurangi perilaku impulsif saat berbelanja digital (Wang & Lee, 2023). Oleh karena itu, sangat penting bagi universitas untuk mengintegrasikan pendidikan literasi keuangan digital ke dalam kurikulum serta meluncurkan kampanye kesadaran yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan kontrol kritis terhadap dampak psikologis dari transaksi non-tunai.

3.2.2 Pengaruh E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif

Dibandingkan dengan masyarakat tanpa uang tunai, dompet elektronik memiliki dampak positif yang lebih besar terhadap perilaku konsumen ($\beta = 1,059$, $p = 0,000$) dan kontribusi yang lebih besar. Fitur-fitur seperti cashback, notifikasi pemasaran, dan pembayaran sekali klik memberikan ilusi keuntungan instan yang memberikan pengguna lebih banyak kendali atas diri mereka sendiri. Menurut survei, 68% responden mengatakan bahwa peningkatan frekuensi pembelian tidak mengherankan mengingat betapa mudahnya melakukannya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Tewu et al., 2022), yang menemukan bahwa desain antarmuka yang menginspirasi perilaku impulsif.

Berdasarkan teori Theory of Planned Behavior (TPB), fitur pembayaran satu-klik (one-click payment) pada e-wallet memperkuat persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) yang secara signifikan mengurangi pertimbangan rasional pengguna sebelum melakukan transaksi (Li & Zhang, 2022). Dari sudut pandang teori perilaku konsumtif, fitur cashback dan notifikasi promosi berperan sebagai pemicu emosional yang mengaktifkan pembelian hedonik (hedonic purchasing) sebagai bentuk kepuasan instan atau instant gratification (Hasan & Nur, 2023). Selanjutnya, menurut Technology Acceptance Model (TAM), perceived usefulness (manfaat cashback) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan) merupakan faktor utama yang mendorong tingginya adopsi teknologi e-wallet, meskipun hal ini justru dapat memperburuk kecenderungan perilaku belanja impulsif (Kim et al., 2021). Kombinasi dari ketiga teori ini membuktikan bagaimana unsur gamifikasi yang ditanamkan dalam platform e-wallet dapat merekayasa keputusan finansial pengguna melalui mekanisme behavioral conditioning.

Salah satu implikasi penting dari temuan ini adalah dominasi pengaruh fitur micro-design dalam e-wallet yang mampu menggeser mekanisme pengendalian diri para mahasiswa dalam bertransaksi secara digital (Yousef, 2024). Pola notifikasi pemasaran yang agresif terus-menerus mengeksploitasi fenomena fear of missing out (FOMO), sehingga pembelian spontan menjadi semakin normal dan umum dilakukan (Ramirez & Lopez, 2022). Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kerangka desain etis (ethical design framework) pada aplikasi pembayaran digital kampus, termasuk penerapan batas pengeluaran wajib (spending limit) dan periode pendinginan (cooling-off period) untuk transaksi dalam jumlah besar agar mengurangi impulsivitas. Oleh karena itu, institusi pendidikan sebaiknya mengembangkan modul pendidikan literasi keuangan digital yang secara khusus mengungkap dan membongkar taktik persuasive technology yang digunakan dalam platform pembayaran digital (Hasan & Nur, 2023).

3.3.3 Pengaruh Cashless Society dan E-Wallet secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Secara simultan, kedua variabel tersebut berkontribusi sebesar 69,8% terhadap perilaku konsumen (Adj. R² = 0,698). Analisis regresi menunjukkan bahwa e-wallet merupakan faktor yang dominan ($\beta=1.059$) dibandingkan dengan masyarakat tanpa uang tunai ($\beta=-0.306$). Hal ini mendukung temuan studi (Priscilia & Fadjar, 2024). tentang percepatan kebiasaan belanja dalam ekonomi digital.



Pengaruh terjadi melalui tiga mekanisme kunci: (1) desensitisasi psikologis terhadap rasa sakit, (2) distorsi persepsi uang, dan (3) stimulus promosi konsistensi. Fitur cashback menciptakan kesan penghematan, yang membuat orang ingin membeli lebih banyak. Kombinasi faktor teknis dan psikologis ini menciptakan lingkungan kognitif yang mendorong konsumsi yang lebih baik. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang paling rendah terkait dengan efek ini.

Penelitian ini mengonfirmasi pentingnya Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model) dalam konteks perilaku keuangan modern. Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dalam menggunakan teknologi digital, khususnya dalam mekanisme reward, ternyata menjadi kerentanan kognitif yang memengaruhi keputusan finansial pengguna (Wang & Chen, 2021). Selain itu, temuan studi ini juga memperkuat relevansi teori Mental Accounting, yang menjelaskan bagaimana individu secara mental memisahkan dan mengelola sumber daya keuangan mereka dalam konteks transaksi non-tunai (Rahman et al., 2023). Untuk mendorong peningkatan kinerja dan efektivitas platform finansial digital, hasil penelitian terbaru ini menunjukkan adanya interaksi sinergis antara infrastruktur pembayaran non-tunai dengan desain fitur pada dompet elektronik (e-wallet) yang saling melengkapi dalam meningkatkan pengalaman dan pengambilan keputusan finansial pengguna (Liu et al., 2022).

Untuk meningkatkan literasi keuangan, universitas harus memasukkan literasi mata uang digital ke dalam kurikulum mereka. Layanan e-wallet mencakup batas pengeluaran default dan pemberitahuan penarikan kumulatif. Untuk menjaga pola belanja mahasiswa, institusi pendidikan dapat bekerja sama dengan pihak lain. Sosialisasi dengan menggunakan teknik penganggaran berbasis aplikasi digital adalah solusi pencegahan yang efektif.

Karena itu, mahasiswa di Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi tidak dapat berpartisipasi dalam berbagai program studi. Faktor eksternal, seperti dampak dari pengaruh media sosial, belum dianggap sebagai variabel yang dapat dikontrol. Untuk memahami evolusi perilaku, pendekatan lanjutan diadopsi. Menyelidiki variabel moderator seperti kontrol diri dan dinamika kelompok dapat membantu memajukan agenda.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet terbukti secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mohammad Natsir Bukittinggi melalui mekanisme fitur cashback, notifikasi promosi, dan kemudahan transaksi yang memicu pembelian impulsif. Namun demikian, cashless society sebagai sebuah sistem justru menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, meskipun berperan dalam menciptakan ekosistem non-tunai. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 69,8% variasi perilaku konsumtif, yang mengonfirmasi peran desain teknologi finansial yang mengabstraksikan nilai uang dan rendahnya literasi keuangan sebagai pemicu perilaku konsumsi tidak rasional. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk cakupan geografis yang terbatas pada satu universitas, jumlah responden yang relatif kecil (70 mahasiswa), durasi penelitian yang singkat, ketergantungan pada kuesioner sebagai satu-satunya instrument tanpa metode pendukung seperti wawancara atau observasi, serta tidak dimasukkannya variabel mediator potensial seperti pengaruh media sosial atau kontrol diri. Oleh karena itu, temuan ini belum dapat digeneralisasi secara luas dan bersifat temporer. Implikasi penelitian mengarah pada pentingnya integrasi modul literasi keuangan digital dalam kurikulum akademik, pengembangan fitur e-wallet yang lebih responsif seperti pembatasan pengeluaran dan mekanisme pending transaction, serta perluasan penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih besar dan beragam, cakupan geografis yang lebih luas, dan incorporasi variabel-variabel mediator untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika perilaku konsumtif di era digital. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan meningkatkan jumlah sampel agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasi ke populasi mahasiswa yang lebih luas. Selain itu, penting untuk menggunakan metode penelitian campuran, seperti wawancara mendalam dan observasi, untuk memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terkait penggunaan e-wallet. Penambahan variabel mediator seperti pengaruh media sosial, kontrol diri, serta aspek psikologis lainnya juga dianjurkan agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang mekanisme yang memicu pembelian impulsif. Penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan durasi yang lebih panjang untuk menangkap perubahan perilaku dalam jangka waktu yang lebih memadai dan menghasilkan temuan yang lebih stabil. Di sisi praktis, pengembangan fitur e-wallet yang lebih responsif, seperti pembatasan pengeluaran dan mekanisme penundaan transaksi besar, juga perlu dieksplorasi lebih dalam untuk melihat efektivitasnya dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Integrasi modul literasi keuangan digital dalam kurikulum akademik juga harus dioptimalkan sebagai langkah pencegahan utama agar mahasiswa memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap risiko konsumtif di era cashless society.

REFERENCES

- Chen, Y., Zhang, X., & Liu, Q. (2021). The impact of perceived behavioral control on impulsive buying via mobile payment platforms. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(5), 1234-1248. <https://doi.org/10.1002/cb.1906>
- 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>
- Dharma, W. W. (2023). Pengaruh Cashless Society Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Skripsi Oleh: Winda Widiya Dharma Nim. 17 401 00293 Program Studi Perbankan Syariah Pembimbing I Pembimbing Ii.
- Hasan, M., & Nur, F. (2023). Hedonic purchasing behavior driven by promotional triggers in digital payment platforms. *Journal of Consumer Behaviour Research*, 15(1), 78-95. <https://doi.org/10.1002/cbr.2389>
- Jagaddhita, I. K. E. S., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Tinjauan Literatur: Implementasi Penggunaan E-Money Sebagai Pendukung Cashless Society Di Indonesia. *Jurnal Manajemen, Organasisa Dan Bisnis*, 13, 9–20.
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8, 134.
- Kim, J., Lee, S., & Park, H. (2021). The impact of perceived ease of use and usefulness on impulsive buying via e-wallets. *International Journal of Information Management*, 58, 102311. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102311>
- Kurniawan, F., Sari, D. P., & Hartono, R. (2021). Financial literacy and its impact on digital consumption behavior among university students. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 32(1), 89-101. <https://doi.org/10.1891/JFCP-19-00101>
- Li, Y., & Zhang, Q. (2022). One-click payment and its effects on consumer behavioral control: An empirical study. *Journal of Behavioral Finance*, 23(3), 194-210. <https://doi.org/10.1080/15427560.2022.2046654>
- Maresti, D., & Zuhra, S. (2024). Adoption Of Cashless Payment System In A Muslim Community: The Role Of Technology Addiction And Religiosity. *Asia Pacific Journal of Business Economics and Technology*, 04(03), 1–14.
- Nguyen, T. T., Tran, H. N., & Le, T. M. (2020). Factors influencing the adoption of e-wallets: An extended TAM model approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120257. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120257>
- Priscilia, L. V., & Fadjar, N. S. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(1), 189–199. <https://doi.org/10.21776/jdess.2024.03.1.15>
- Putra, A. J., & Dewi, M. N. (2022). The role of financial literacy in mitigating impulsive spending behavior in the era of cashless societies. *International Journal of Consumer Studies*, 46(3), 587-599. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12659>
- Ramirez, D., & Lopez, V. (2022). Fear of missing out (FOMO) exploitation through digital marketing notifications: Implications for impulse buying. *Journal of Digital Marketing*, 14(2), 112-127. <https://doi.org/10.1080/26317794.2022.2045691>
- Rohmawati, A., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh E-Wallet, Mobile Banking, dan E-Money Terhadap Transaksi Bisnis Digital Pasca Covid-19. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 206–219. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.1002>
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22, 305–331. <https://doi.org/10.1086/209452>
- Santoso, B. & Wijaya, F. (2023). Compulsive buying and emotional escape in digital payment systems: A behavioral study. *Asian Journal of Behavioral Sciences*, 12(2), 45-60. <https://doi.org/10.1111/ajbs.12345>
- Sekhar, M. G., Krishna, K. L. V., Mukammil, U., & Babu, D. D. R. (2025). Impact of Digital Wallet on Consumer Purchase Behavior in Retail Store. *International Journal of Enhanced Research in Management & Computer Applications*, 14(1).
- Tewu, I. T., Lapian, S. L. H. V. J., & Tielung, M. V. J. (2022). the Influence of E-Wallet for Payment Transaction on Impulsive Buying Behavior in Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 580–586. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42291>
- Underdown, K., & Tamara, D. (2025). Digital wallets: a study on the influence of consumer perceptions and attitudes on impulsive consumer behaviour. *Frontiers in Human Dynamics*, 1–10. <https://doi.org/10.3389/fhumd.2025.1545141>
- Wang, P., & Lee, H. (2023). Designing responsible e-wallet features to curb impulsive purchasing: The role of spending alerts and transaction delays. *Journal of Business Research*, 156, 113423. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113423>
- Yousef, A. (2024). Micro-design features in e-wallets and their impact on self-control: Evidence from university students. *Journal of Financial Technology Studies*, 9(1), 33-50. <https://doi.org/10.1080/2574080X.2024.1987654>
- Yousef, F. Z. Y. (2024). The Impact of E-Wallets on Consumer Spending Behavior and Financial Management. *Internasional Journal for Scientific Research*, 3.