

Pengaruh E-Commerce, Qris, dan Pinjaman Online Terhadap Perilaku Hedonisme Generasi Z dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Mataram)

Mulyani¹⁾, Khairunnisa²⁾, Arie Cahyani³⁾

^{1,2,3} Universitas Bumigora Mataram, Indonesia

Email: myani9686@gmail.com¹, nisa@universitasbumigora.ac.id²,
ariecahyani@universitasbumigora.ac.id³

Abstract: *This study aims to analyze the influence of E-Commerce, QRIS, and Online Loans on the Hedonistic Behavior of Generation Z, with Financial Literacy as a moderating variable among students of the Faculty of Economics and Business at universities in Mataram City. This quantitative study used purposive sampling. The population consisted of 9,284 active students registered in the Higher Education Database (PDDikti) for the 2025/2026 academic year, with 385 respondents selected using the Slovin formula. Data were analyzed using SmartPLS 4.0.9.9. The findings show that E-Commerce and QRIS do not have a significant effect on Hedonistic Behavior, while Online Loans have a positive and significant effect. Financial Literacy weakens the relationship between E-Commerce and Hedonistic Behavior, indicating that higher financial literacy reduces the influence of e-commerce on hedonistic tendencies. However, Financial Literacy does not moderate the relationship between QRIS and Hedonistic Behavior or between Online Loans and Hedonistic Behavior*

Abstrak : *Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh E-Commerce, QRIS, dan Pinjaman Online terhadap Perilaku Hedonistik Generasi Z, dengan Literasi Keuangan sebagai variabel moderasi di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di universitas-universitas di Kota Mataram. Studi kuantitatif ini menggunakan purposive sampling. Populasi terdiri dari 9.284 mahasiswa aktif yang terdaftar di Database Pendidikan Tinggi (PDDikti) untuk tahun akademik 2025/2026, dengan 385 responden dipilih menggunakan rumus Slovin. Data dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0.9.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce dan QRIS tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Hedonistik, sedangkan Pinjaman Online memiliki pengaruh positif dan signifikan. Literasi Keuangan melemahkan hubungan antara E-Commerce dan Perilaku Hedonistik, menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi mengurangi pengaruh e-commerce terhadap kecenderungan hedonistik. Namun, Literasi Keuangan tidak memoderasi hubungan antara QRIS dan Perilaku Hedonistik atau antara Pinjaman Online dan Perilaku Hedonistik.*

Keywords : *E-Commerce, Financial Literacy, Hedonistic Behavior, Online Loans, QRIS.*

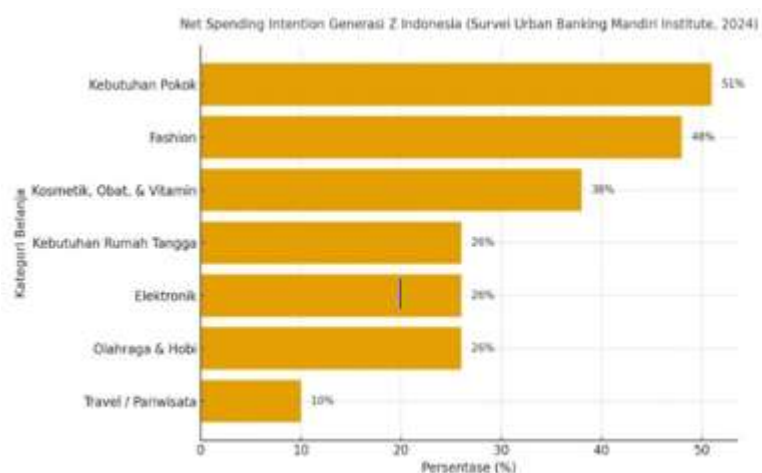
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi dan keuangan (Sulistyaningrum et al., 2025). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta hadirnya berbagai aplikasi berbasis online telah mempermudah berbagai aktivitas sehari-hari dan menunjukkan tingginya kemampuan generasi muda dalam memanfaatkan teknologi digital (Anggoro et al., 2024). Dalam bidang keuangan, transformasi terlihat melalui penggunaan mobile

banking, dompet digital, dan sistem pembayaran berbasis QR Code yang memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat dan praktis (Herlindawati & Sholehah, 2026) (Mahdaniah & Santoso, 2025). Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi mendorong perilaku pembelian tanpa pertimbangan yang matang karena minimnya hambatan dalam proses pembayaran (Revinzky & Rafiah, 2025).

Perubahan pola transaksi dan konsumsi tersebut paling nyata terjadi pada Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan tumbuh bersama perkembangan teknologi digital (Syahfitri et al., 2026). Generasi ini memiliki karakter yang adaptif, dinamis, dan sangat terhubung dengan berbagai platform digital untuk memenuhi kebutuhan, memperoleh informasi, serta melakukan transaksi keuangan (Sunyoto, 2024). Interaksi yang intens dengan lingkungan digital juga mendorong mereka untuk mengikuti tren, membangun citra diri, dan memperoleh pengakuan sosial melalui aktivitas konsumsi, sehingga perilaku konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, dan simbolis (Zusrony, 2021).

Kondisi tersebut menjadi perhatian karena rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan dapat meningkatkan risiko masalah finansial pada Generasi Z (Novrian et al., 2024). Literasi keuangan berperan penting dalam membantu individu mengendalikan konsumsi, menyusun anggaran, dan mengambil keputusan keuangan yang tepat (Gunawan & Herlina, 2025). Namun, banyak Generasi Z masih mengalokasikan pengeluaran untuk gaya hidup, kesenangan, dan tren tanpa perencanaan yang jelas sehingga memicu ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran (Sandra et al., 2026). Kasus tersebut juga tercermin dalam data empiris mengenai perilaku konsumsi Generasi Z di Indonesia, hal tersebut ditunjukkan melalui hasil Survei Urban Banking 2024 yang dirilis oleh Mandiri Institute, yang menggambarkan kecenderungan alokasi pengeluaran Generasi Z pada berbagai kategori belanja, sebagaimana disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Data Net Spending Intention Generasi Z Indonesia
Sumber: Katadata.co.id (2025)

Berdasarkan Gambar 1, fenomena tersebut didukung oleh hasil Survei Urban Banking 2024 yang dirilis Mandiri Institute. Survei terhadap 1.500 responden muda di wilayah perkotaan menunjukkan bahwa kategori belanja dengan net spending intention tertinggi adalah kebutuhan pokok (51%), diikuti fashion (48%) serta kosmetik, obat, dan vitamin (38%). Sementara itu, kebutuhan rumah tangga, elektronik, olahraga dan hobi masing-masing mencapai 26%, sedangkan travel sebesar 10% (Ahdiat, 2025). Data ini menunjukkan bahwa selain memenuhi kebutuhan dasar, Generasi Z juga memiliki kecenderungan kuat untuk mengonsumsi produk yang berkaitan dengan gaya hidup, tren, dan citra diri.



Gambar 2. Pertumbuhan dan Pengguna QRIS tahun 2024-2025
Sumber: Keuangan.Kontan.co.id (2025)

Seiring meningkatnya perilaku konsumsi, perkembangan teknologi keuangan juga semakin pesat, salah satunya melalui penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Selain berfungsi sebagai metode pembayaran digital, QRIS kini mulai dimanfaatkan sebagai sumber data alternatif dalam penilaian kelayakan kredit. Laporan Bank Indonesia tahun 2025 pada Gambar 2, menunjukkan bahwa volume transaksi QRIS pada semester I 2025 mencapai 6,05 miliar transaksi atau meningkat 156% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan nilai transaksi sebesar Rp579 triliun. Hingga September 2025, jumlah pengguna QRIS mencapai sekitar 60 juta orang (Octaviano & Laoli, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi bagian penting dalam ekosistem ekonomi digital dan inklusi keuangan nasional.

Demi mendukung perkembangan tersebut, Bank Indonesia menerbitkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 3 Tahun 2025 mengenai pengembangan standar QRIS, termasuk implementasi

QRIS-Tap yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan lebih cepat dan efisien (Komunikasi, 2021). Meskipun memberikan berbagai kemudahan, akses transaksi digital yang semakin mudah juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa (Putri et al., 2026). Kemudahan pembayaran sering kali mendorong pembelian di luar kebutuhan prioritas, meningkatkan perilaku impulsif, stres keuangan, serta membentuk gaya hidup hedonisme yang dapat menggeser fokus mahasiswa dari tujuan pendidikan dan pengembangan diri (Sahirah, 2024).

Hedonisme merupakan perilaku yang berorientasi pada pencarian kesenangan, pengalaman, dan kepuasan subjektif sehingga individu cenderung memilih produk berdasarkan nilai simbolis dibandingkan manfaat fungsionalnya (Munir, 2024) (Mayasari, 2024). Menurut (Wibowo, 2022), perilaku hedonisme dipengaruhi oleh faktor internal seperti rendahnya kemampuan mengelola keuangan dan pengendalian diri, serta faktor eksternal berupa perkembangan teknologi dan kemudahan akses terhadap berbagai layanan digital. Dalam konteks ini, e-commerce, QRIS, dan pinjaman online menjadi inovasi yang mempermudah aktivitas ekonomi sekaligus berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai (Santoso, 2021) (Indonesia, 2020) (Raharjo, 2021).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh teknologi keuangan terhadap perilaku konsumsi dan hedonisme. Menurut (K. Z. Putri et al., 2025) serta (Utama et al., 2024) menemukan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, sedangkan menurut (Mulyarahman & Sumadi, 2023) menyatakan sebaliknya. Pada variabel QRIS, penelitian oleh (Idward et al., 2025) dan (Azahra & Apriadi, 2025) menemukan adanya pengaruh positif terhadap perilaku finansial Generasi Z, namun penelitian oleh (Jong et al., 2025) menyimpulkan bahwa penggunaan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Perbedaan hasil penelitian juga ditemukan pada penggunaan pinjaman online (Prajogo & Rusno, 2023). Menurut (Poernama et al., 2025) dan (Setiawan et al., 2024) menunjukkan bahwa pinjaman online berkontribusi terhadap perilaku konsumtif dan penggunaan dana untuk kebutuhan nonproduktif. Sebaliknya, menurut (Nomleni & Timo, 2024) menemukan bahwa terpapar iklan pinjaman online tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif karena keputusan berutang lebih dipengaruhi oleh faktor internal seperti kontrol diri dan kondisi keuangan individu.

Perkembangan teknologi dan gaya hidup modern mendorong mahasiswa Generasi Z pada pola konsumsi yang semakin tinggi (2 sitasi). Kemudahan berbelanja melalui *e-commerce*, sistem pembayaran digital seperti QRIS, dan akses cepat terhadap pinjaman daring (*online lending*) membuat pengeluaran semakin sulit dikendalikan, diperburuk oleh tekanan sosial untuk mengikuti tren dan gaya hidup hedonisme. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai faktor-faktor

yang memengaruhi perilaku hedonisme, sehingga penelitian ini merujuk pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menegaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, *perceived behavioral control*, serta faktor internal seperti pengetahuan pengelolaan keuangan. Atas dasar itu, literasi keuangan ditambahkan sebagai variabel moderasi mengingat kerentanan mahasiswa Generasi Z terhadap perilaku boros yang berpotensi menimbulkan masalah finansial di masa mendatang.

Penelitian terdahulu masih terbatas dalam mengkaji secara simultan pengaruh *e-commerce*, QRIS, dan pinjaman *online* terhadap perilaku hedonisme, khususnya pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis, sekaligus peran literasi keuangan sebagai moderator hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan kajian perilaku keuangan generasi muda serta menjadi acuan bagi lembaga pendidikan dalam merancang program literasi keuangan yang lebih efektif untuk menekan perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis pengaruh *e-commerce*, QRIS, dan pinjaman *online* terhadap perilaku hedonisme Generasi Z dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi (Monica et al., 2025). Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada perguruan tinggi di Kota Mataram tahun akademik 2025/2026 (Shaomi & Yuniarti, 2024).

Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada perguruan tinggi di Kota Mataram yang terdaftar dalam PDDikti, dengan jumlah populasi sebanyak 9.284 mahasiswa. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* (Sitorus et al., 2026), berdasarkan kriteria berikut:

1. Perguruan Tinggi yang ada di Kota Mataram
2. Mahasiswa aktif PDDikti yang masuk ke dalam lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Mahasiswa yang sedang atau sudah mempelajari mata kuliah manajemen keuangan.
4. Mahasiswa yang telah menggunakan platform *e-commerce* untuk berbelanja dalam satu tahun terakhir.
5. Mahasiswa yang telah menggunakan metode pembayaran berbasis QRIS dalam satu tahun terakhir.
6. Mahasiswa yang telah mengetahui informasi mengenai pinjaman *online*.

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh 384 responden (Sarah et al., 2026). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dirancang dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert lima poin, seperti yang tertera dalam tabel berikut:

Tabel 1. Skala Likert		
No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Instrumen penelitian terdiri atas variabel perilaku hedonisme sebagai variabel dependen, e-commerce, QRIS, dan pinjaman online sebagai variabel independen, serta literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Perilaku hedonisme diukur melalui indikator aktivitas, minat, dan opini. Variabel e-commerce diukur melalui kemantapan memilih produk, kebiasaan membeli, pemberian rekomendasi, dan pembelian ulang. Variabel QRIS diukur berdasarkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh sosial. Variabel pinjaman online diukur melalui biaya transaksi, kualitas pelayanan, serta perlindungan keamanan dan legalitas. Adapun literasi keuangan diukur melalui pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi.

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Metode SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan simultan antarvariabel laten serta menguji model penelitian yang melibatkan variabel moderasi (Ringle et al., 2023). Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban pada setiap variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan evaluasi model pengukuran (outer model) guna memastikan kualitas instrumen melalui pengujian reliabilitas dan validitas konstruk. Reliabilitas konstruk dinilai menggunakan Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability dengan nilai minimum 0,70, sedangkan validitas konvergen dievaluasi melalui nilai Average Variance Extracted (AVE) yang harus melebihi 0,50. Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dan cross loading untuk memastikan setiap konstruk memiliki kemampuan diskriminasi yang memadai.

Setelah model pengukuran memenuhi kriteria, dilakukan evaluasi model struktural (inner model) untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Evaluasi ini dilakukan melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), predictive relevance (Q^2), effect size (f^2), serta koefisien jalur (path coefficient) untuk menilai arah dan kekuatan pengaruh antarvariabel (Nusrang, 2023). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping dengan tingkat signifikansi 5%, di mana hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai p-value < 0,05 (Salsabila et al., 2025). Selain itu, pengaruh moderasi literasi keuangan dianalisis melalui pengujian efek interaksi antara variabel moderasi dengan masing-masing

variabel independen untuk mengetahui apakah literasi keuangan memperkuat atau memperlemah pengaruh e-commerce, QRIS, dan pinjaman online terhadap perilaku hedonisme Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian melibatkan 385 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari 13 perguruan tinggi di Kota Mataram, dipilih melalui *purposive sampling* dengan kriteria telah menggunakan *e-commerce*, QRIS, dan mengetahui informasi pinjaman *online* dalam satu tahun terakhir. Responden didominasi perempuan (58,96%), berasal dari program studi Manajemen dan Akuntansi (>70%), dengan mayoritas berpendapatan di atas Rp1.000.000 per bulan namun tetap tergolong terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup mahasiswa. Berdasarkan distribusi jawaban, QRIS memiliki rata-rata tertinggi (4,1, sangat tinggi), diikuti *e-commerce* dan literasi keuangan (masing-masing 3,9, tinggi), sedangkan pinjaman *online* dan perilaku hedonisme berada pada kategori sedang (3,3).

1. Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural

Analisis menggunakan *SEM-PLS* (SmartPLS 4.0.9.9). Uji *outer model* menunjukkan seluruh indikator memiliki *loading factor* 0,706–0,904 (>0,70) dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, sementara reliabilitas konstruk terkonfirmasi melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70 (Tabel 2). Uji *discriminant validity* melalui *cross loading* dan kriteria *Fornell-Larcker* menegaskan bahwa masing-masing konstruk terpisah secara memadai.

Tabel 2. Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	0.555	0,913	0,926	Valid & Reliabel
QRIS (X2)	0.649	0,948	0,953	Valid & Reliabel
Pinjaman <i>Online</i> (X3)	0.720	0,964	0,969	Valid & Reliabel
Perilaku <i>Hedonisme</i> (Y)	0.647	0,945	0,953	Valid & Reliabel
Literasi Keuangan (Z)	0.608	0,946	0,953	Valid & Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Model struktural menunjukkan kelayakan yang baik, dengan SRMR 0,068 (*fit*), *Goodness of Fit* 0,569 (kuat), dan Q² sebesar 0,487 (*predictive relevance* kuat), meskipun NFI sebesar 0,784 tergolong kurang *fit*, kondisi yang lazim dalam PLS-SEM karena pendekatan ini menekankan kemampuan prediksi, bukan kesesuaian model absolut. Nilai R² sebesar 0,510 menunjukkan bahwa *e-commerce*, QRIS, dan pinjaman *online* secara bersama-sama menjelaskan 51% varians perilaku hedonisme. Uji F² mengonfirmasi pinjaman *online* sebagai prediktor paling dominan ($f^2=0,567$, efek besar), sedangkan *e-commerce*, QRIS, literasi keuangan, dan seluruh interaksi moderasi memiliki efek sangat kecil ($f^2 \leq 0,015$).

Pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping one-tailed* (t-statistic > 1,65, p-value < 0,05) menghasilkan temuan sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Jalur	Original Sample	T Statistic	P Values	Ket.
X1 → Y	0.023	0.399	0.345	Ditolak
X2 → Y	-0.002	0.041	0.484	Ditolak
X3 → Y	0.654	16.069	0.000	Diterima
Z × X1 → Y	-0.083	1.659	0.049	Diterima
Z × X2 → Y	0.006	0.107	0.458	Ditolak
Z × X3 → Y	0.103	2.218	0.013	Ditolak

Ditolak karena arah moderasi memperkuat, bukan memperlemah, sesuai hipotesis.

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 3 diatas, *E-commerce* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku hedonisme (H1 ditolak). Kemudahan transaksi elektronik (Nasrullah & Karim, 2024) idealnya mendorong konsumsi, namun tidak otomatis memicu perilaku hedonisme (Priyono, 2022) tanpa disertai kecenderungan mencari kesenangan semata. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Mulyarahman & Sumadi, 2023) yang menemukan kemudahan *e-commerce* tidak signifikan terhadap minat beli Gen Z, dan menurut (Safitri, 2024) yang melaporkan penggunaan Shopee tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena faktor internal dengan kebutuhan dan kontrol diri yang lebih dominan.

QRIS (X2) juga tidak berpengaruh signifikan (H2 ditolak). Sebagai standar pembayaran berbasis kode QR yang dikembangkan Bank Indonesia (Hadzami et al., 2025), QRIS terbukti hanya berfungsi sebagai alat transaksi yang efisien, bukan pendorong konsumsi hedonis, sejalan dengan penelitian (Jong et al., 2025) pada mahasiswa Universitas Tanjungpura dan menurut (Arifin et al., 2025) yang menyimpulkan kesadaran finansial internal lebih menentukan perilaku konsumtif dibanding kemudahan sistem pembayaran digital.

Sebaliknya, pinjaman *online* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku hedonisme (H3 diterima) dan merupakan temuan utama penelitian ini, ditegaskan pula oleh nilai f^2 terbesar di antara seluruh prediktor. Sebagai layanan pembiayaan berbasis teknologi yang mempercepat pencairan dana (Mayangsari et al., 2024), pinjaman *online* meningkatkan daya beli mahasiswa tanpa bergantung pada pendapatan aktual, sehingga mendorong konsumsi berbasis keinginan, bukan kebutuhan (Priyono, 2022). Hasil ini sejalan dengan penelitian (Setiawan et al., 2024) dan (M. Putri et al., 2023) yang menemukan pinjaman *online* mendorong perilaku dan gaya hidup konsumtif mahasiswa melalui kemudahan akses dana.

Literasi keuangan memoderasi secara signifikan namun tidak konsisten arahnya. Pada hubungan *e-commerce*–hedonisme, interaksi Z×X1 signifikan negatif, sehingga literasi keuangan memperlemah pengaruh *e-commerce* terhadap hedonisme (H4 diterima), temuan ini memperkuat perspektif *Theory of*

Planned Behavior (TPB) bahwa literasi keuangan menguatkan *perceived behavioral control* dalam bentuk pengendalian diri, sejalan dengan penelitian (Iqlimah et al., 2025) dan (Riza & Maresti, 2025) yang menekankan peran literasi keuangan dalam memoderasi dampak transformasi digital terhadap perilaku konsumtif. Pada hubungan QRIS–hedonisme, interaksi $Z \times X_2$ tidak signifikan (H5 ditolak), memperkuat temuan (Rahmawati et al., 2025) dan (Filiya et al., 2025) bahwa literasi keuangan tidak cukup kuat memoderasi hubungan sistem pembayaran digital yang sederhana dan mudah digunakan dengan perilaku konsumtif.

Sebaliknya, interaksi $Z \times X_3$ justru signifikan positif, literasi keuangan memperkuat, bukan memperlemah, pengaruh pinjaman *online* terhadap hedonisme, sehingga H6 ditolak karena arah pengaruh berlawanan dengan hipotesis. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan yang baik justru meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam mengakses dan mengelola pinjaman *online* untuk membiayai konsumsi, bukan menahannya, sejalan dengan penelitian (Asih et al., 2025) dan (Fitriyani et al., 2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu diterjemahkan ke dalam pengendalian perilaku konsumtif nyata.

Secara keseluruhan, peran literasi keuangan sebagai moderator bersifat parsial dan kontekstual, efektif menahan dorongan konsumtif pada akses *e-commerce*, namun tidak pada QRIS, bahkan berbalik memperkuat pada pinjaman *online*. Temuan ini mengafirmasi bahwa *perceived behavioral control* dalam TPB tidak selalu berimplikasi pada pengendalian perilaku, melainkan dapat pula meningkatkan keyakinan diri untuk bertindak konsumtif, tergantung pada karakteristik instrumen keuangan yang digunakan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa dari tiga bentuk transaksi digital yang diuji, hanya pinjaman *online* yang berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku hedonisme mahasiswa ($t=16,069$ dan $p=0,000$), sementara *e-commerce* ($t=0,399$ dan $p=0,345$) dan QRIS ($t=0,041$ dan $p=0,484$) tidak terbukti berpengaruh. Literasi keuangan terbukti berperan sebagai moderator, tetapi arahnya tidak seragam, memperlemah pengaruh *e-commerce* terhadap hedonisme ($t=1,659$ dan $p=0,049$), tidak memoderasi hubungan antara QRIS dan hedonisme ($t=0,107$ dan $p=0,458$), dan justru memperkuat pengaruh pinjaman *online*, berlawanan dengan hipotesis awal, terhadap hedonisme ($t=2,218$ dan $p=0,013$). Temuan ini menegaskan bahwa risiko perilaku konsumtif Gen Z lebih ditentukan oleh kemudahan akses pembiayaan berbasis utang dibanding oleh kemudahan transaksi atau pembayaran digital semata, dan bahwa literasi keuangan tidak secara otomatis berfungsi sebagai faktor penahan pada seluruh jenis instrumen keuangan digital.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. *Pertama*, cakupan sampel terbatas pada mahasiswa Generasi Z di perguruan tinggi Kota Mataram sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke populasi mahasiswa di wilayah lain. *Kedua*, desain penelitian bersifat *cross-sectional* sehingga tidak menangkap dinamika perubahan perilaku dari waktu ke waktu. *Ketiga*, variabel yang diuji terbatas pada tiga bentuk transaksi digital dan satu variabel moderasi, sehingga hasil berpotensi berbeda apabila variabel lain turut disertakan. *Keempat*, pengukuran literasi keuangan bersifat *self-reported*, sehingga tingkat objektivitasnya bergantung pada persepsi subjektif responden. Bagi mahasiswa, disarankan meningkatkan literasi keuangan sejak dini dan lebih kritis dalam menggunakan layanan digital khususnya pinjaman *online*, guna mencegah pola konsumsi yang tidak terkendali. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan memperluas cakupan sampel lintas wilayah, menggunakan desain *longitudinal* untuk menangkap perubahan perilaku dari waktu ke waktu, serta menambahkan variabel seperti *Financial Technology Adoption* atau *Perceived Ease of Use* berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk memperdalam pemahaman atas fenomena ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bumigora atas dukungan institusional selama penelitian berlangsung, serta kepada dosen pembimbing atas arahan dan masukan yang berharga dalam penyusunan penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Bank Indonesia melalui program Generasi Baru Indonesia (GenBI) Nusa Tenggara Barat atas dukungan yang diberikan, serta kepada seluruh mahasiswa yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2025). Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja *Fashion*. Katadata Media Work. <https://databoks.katadata.co.id/e-commerce/statistik/677668263f18a/selain-kebutuhan-pokok-gen-z-paling-berminat-belanja-fashion>
- Anggoro, I. S., Nurhayati, S., Kom, S., Kom, M., Ismail, A., Yakub, S., & Kom, M. (2024). Transformasi digital panduan praktis manajemen berbasis teknologi. PT. Media Penerbit Indonesia.
- Arifin, M., Meutia, R., & Salsabila, C. S. A. (2025). *The Influence Of Digial Payment Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) And Lifestyle On Consumptive Behaviour Of Students In Banda Aceh. AT-TASYRI' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 17(1). <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/Tasyri%0ATHE>
- Asih, F. Y., Innayah, M. N., Miftahuddin, M. A., & Rahmawati, I. Y. (2025). Memahami Perilaku Konsumtif Generasi Milenial : Peran Gaya Hidup , *Locus of Control* , dan Sikap Keuangan dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v11i1.2838>

- Azahra, H., & Apriadi, D. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Menabung Gen Z di Kota Bandung. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3), 60–74. <https://doi.org/10.58192/profit.v4i3.3759>
- Filiya, S., Eko, D., Prawitasari, D., & Kurniawan, R. (2025). Gen Z ' s *Intention to Use QRIS in Semarang : The Moderating Role of Financial Literacy*. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(2), 633–645. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i2.440>
- Fitriyani, I., Karmeli, E., Usman, & Kamaruddin. (2023). *The Influence Of Lifestyle On Consumer Behavior With Financial Literacy As An Intervening Variable*. *Jurnal Tambora*, 7(3), 73–79. <https://doi.org/10.36761/tambora.v7i3.3444>
- Gunawan, B. P., & Herlina. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol Diri , dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(5), 4917–4924. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i5.7873>
- Hadzami, M. R., Kusmana, A., Aulia, S., Utami, K., & Annurianti, D. (2025). Inovasi Dan Strategi Keuangan. Deepublish.
- Herlindawati, D., & Sholekhah, I. (2026). Jurnal pendidikan akuntansi indonesia. *JURNAL PENDIDIKAN AKUNTANSI INDONESIA*, 24(1), 28–41. <https://doi.org/10.21831/jpai.v24i1.95009>
- Idward, Yendra, N., & Rahmasari, N. C. (2025). Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Pola Makan Konsumtif Gen Z Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 27(2), 201–217. <https://doi.org/10.47233/jebd.v27i2.2211>
- Indonesia, B. (2020). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qris/default.aspx>
- Iqlimah, N., Kanivia, A., & Puspitarini, D. A. (2025). Peran Literasi Keuangan Dalam Memoderasi Pengaruh *Fintech* dan *Social Commerce* Terhadap Perilaku Keuangan Gen Z. *Jurnal Investasi*, 11(3), 139–148. <https://doi.org/10.31943/investasi.v11i3.346>
- Jong, A. A., Rusmita, S., & Indah, D. P. (2025). *QRIS and Consumptive Behaviour: Empirical Study On College Students Of Universitas Tanjungpura*. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(5), 2164–2175. <https://doi.org/10.31539/pvmcs166>
- Komunikasi, D. (2021). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/padg_211819.aspx
- Mahdaniah, V. R., & Santoso, R. A. (2025). *Of Transactions On The Use Of E-Wallets By Generation Z*. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(6), 1969–1978. <https://doi.org/10.31539/twf9nb60>
- Mayangsari, A. C., Hartati, S., & Widyastuti, T. V. (2024). Tanggung jawab hukum dalam keterlambatan pembayaran pinjaman *online* sistem revolving. Penerbit NEM.
- Mayasari, I. (2024). Perilaku hedonis: Pandangan teoretis dan praktis. In *Jakarta: Nulisbuku*.
- Monica, D. S., Hamidah, & Andy. (2025). Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Moderasi (Studi

- Kasus Pengguna *E Wallet* Generasi Z). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(204), 2228–2241. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i3.27129>
- Mulyarahman, M. K., & Sumadi. (2023). Minat Beli Generasi Z terhadap Fashion di *E-Commerce*. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 02(05), 1–18. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/31642>
- Munir, M. I. Al. (2024). Melihat Ulang Hedonisme dari Perspektif Normatif dan. *Titian : Jurnal Ilmu Humaniora*, 08(01). <https://doi.org/10.22437/titian.v8i1.31078>
- Nasrullah, & Karim, F. (2024). *E-Commerce Dalam Aspek Hukum Perdata dan Hukum Pidana*. CV. CAHAYA ARSH PUBLISHER & PRINTING.
- Nomleni, K. E. J., & Timo, F. T. N. (2024). *Online Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z*. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 40–51. <https://doi.org/10.38043/jids.v8i1.4932>
- Novrian, M. D., Maulida, A., & Damanik, J. M. (2024). Tingkat Literasi Keuangan , Kesadaran Finansial , dan Pengalaman Penggunaan Pinjaman *Online* dalam Meminimalisir Risiko Keuangan Generasi Z. *Cakrawala Repository IMWI*, 8(6), 359–368. doi.org/10.52851/cakrawala.v8i6.827
- Nusrang, M. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (SEM-PLS) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi PDRB Di Indonesia. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL*, 1, 543–548. <https://doi.org/10.59562/semnasdies.v1i1.1088>
- Octaviano, A., & Laoli, N. (2025). Data Transaksi QRIS Jadi Dasar Baru Bank Menilai Kelayakan Kredit Nasabah. Kontan.co.id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/data-transaksi-qr-is-jadi-dasar-baru-bank-menilai-kelayakan-kredit-nasabah>
- Poernama, S. A., Achdiani, Y., & Abdullah, M. N. A. (2025). Pinjaman *Online*, Konsumerisme, dan Krisis Finansial Generasi Z Sandra. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8), 977–985. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i8.4266>
- Prajogo, U., & Rusno. (2023). Analisis moderasi inklusi keuangan pada pengaruh platform terhadap minat penggunaan pinjaman *online* Pendahuluan. *MBR (Management and Business Review)*, 7(1), 133–141. <https://doi.org/10.21067/mbr.v7i1.8546>
- Priyono. (2022). Resonansi Pemikiran 20 “Pelangi Pemikiran Berbagai Bidang untuk Peningkatan Pembelajaran Geografi. Surakarta: MUP.
- Putri, C. N., Mutia, R. N., Azzahra, P. D., Panimba, E. B., & Syafira, A. A. (2026). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3), 43–48. <https://doi.org/10.69714/xt7pbf76>
- Putri, K. Z., Zahara, N., & Mulyeni, S. (2025). Pengaruh *E-Commerce* terhadap Perilaku Konsumtif. *MASMAN: Master Manajemen*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.685>
- Putri, M., Oktovina, R., Oktovini, R., Lesmana, I., & Rinaldo, D. (2023). Dampak Penggunaan Pinjaman *Online* Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa STIE Ekuitas. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(4), 783–790.

<https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.1939>

- Raharjo, B. (2021). Fintech teknologi finansial perbankan digital. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*.
- Rahmawati, R. D., Gitayuda, M. boy S., & Purnamawati, P. (2025). Pengaruh Hedonisme dan Keamanan Transaksi Terhadap Tingkat Penggunaan QRIS Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, Vol 5, No 4 (2025): Desember 2025, 330–340. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/31416/11774>
- Revinzky, M. A., & Rafiah, K. K. (2025). Apakah Kemudahan Penggunaan QRIS Mempengaruhi Perilaku Konsumtif? Studi Pada Mahasiswa Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 5119–5124. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.25226>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). *A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles*. *Data in Brief*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>
- Riza, S. W., & Maresti, D. (2025). Literasi Keuangan, Transformasi Digital dan Perilaku Konsumtif: Perspektif Gender. *Journal of Syntax Literate*, 10(9), 8016. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i9.61766>
- Safitri, J. (2024). Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Generasi Z : Analisis *Theory Of Planned Behavior* (TPB). *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 32–48. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v10i1.2827>
- Sahirah, A. N. (2024). Kecanduan *Flash Sale*, Fenomena Belanja Impulsif di Kalangan Mahasiswa. *SUARA USU*. Retrieved December 15, 2025. <https://suarausu.or.id/kecanduan-flash-sale-fenomena-belanja-impulsif-di-kalangan-mahasiswa/>
- Salsabila, S., Sukaesih, I., & Utami, W. Y. (2025). Pengaruh *Price Discount* Dan *Hedonic Shopping* Terhadap Minat Beli Melalui *Impulse Buying* Sebagai Mediasi Pada Platform Shopee Generasi Z Di Kota. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(September), 3363–3377. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1738>
- Sandra, B., Setiawati, R., & Wediawati, B. (2026). *Determinants Of Student Personal Financial Management : Literacy , Lifestyle , And Self-Efficacy*. *KEIZAI: Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi*, 7(1), 104–123. <http://dx.doi.org/10.56589/keizai.v7i1.584>
- Santoso, J. T. (2021). *E-Commerce*, Tinjauan Manajerial dan Jejaring Sosial. Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Sarah, S., Nandang, & Pranata, R. M. (2026). Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Health* Terhadap *Fintech Adoption* Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 425–434. <https://doi.org/10.36985/wrjic812>
- Setiawan, F. H., Radjainin, I. P., & Ariani, M. (2024). *Online Loans : Consumptive Behavior Of Surabaya Students In Order To Support Social Status*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 413–425. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4067>

- Shaomi, D. N., & Yuniarti, R. (2024). (Studi Kasus Mahasiswa Perguruan Tinggi Dikota Bengkulu). *Jurnal Economic Edu*, 4(2), 190–197. <https://doi.org/10.36085/jee.v4i2.6133>
- Sitorus, I. R., Zalukhu, A. Y., Sianipar, N., Nadeak, P. A., Ambarita, A. M., & Panjaitan, R. (2026). Pengaruh Perilaku Keuangan Dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Berbasis Fintech Pada Mahasiswa Manajemen Universitas HKBP Nommensen Medan. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(2), 1534–1554. <https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.4519>
- Sulistyaningrum, A., Romandhon, & Susanti. (2025). Pengaruh *Financial Technology, E-Commerce*, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Era Ekonomi Digital (Studi Kasus pada Generasi Z Kecamatan Wonosobo). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 5(1), 49–58. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v5i1.8988>
- Sunyoto, D. (2024). Mengasah Generasi Z. In CV. *Eureka Media Aksara*.
- Syahfitri, A., Janna, R., Pane, Y. A., Olivia, G., & Traigan, U. (2026). *Information Overload and Digital Literacy Change among Generation Z*. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 9(6), 3619–3629. <https://doi.org/10.56338/jks.v9i6.11322>
- Utama, N. F., Santosa, N. S., Honesta, J., Sonbai, J. S. Y., Koesnadi, V. L., Jonathan, E., Marcia, F. A., & Ningsih, R. Y. (2024). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 218–226. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Wibowo, A. (2022). Etika Bisnis. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 8(1), 1-55. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/354>
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen di era modern. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*.