

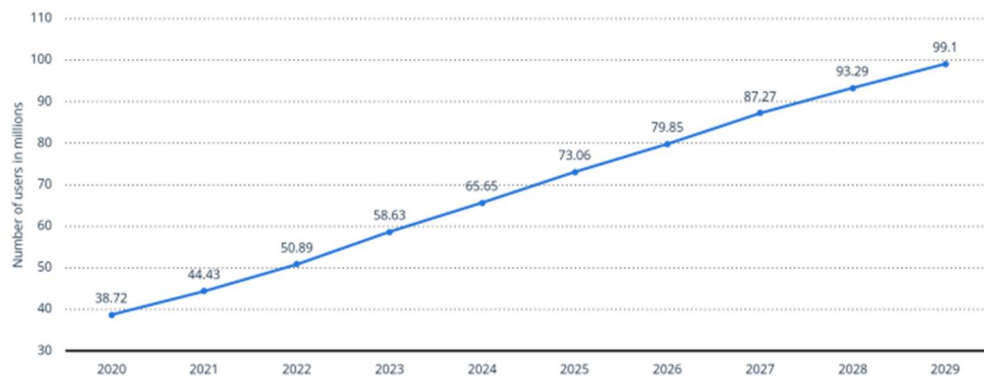
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cepatnya perkembangan teknologi saat ini adalah tanda era globalisasi dan seluruh aspek dalam kehidupan mengalami peningkatan yang disertai dengan perubahan gaya hidup atau pola konsumsi Masyarakat (Alfiyansyah et al., 2024). Pada era ini semua berlomba-lomba berinovasi membuat teknologi yang dibuat sedemikian rupa dengan tujuan untuk membantu dan mempermudah beberapa aspek di kehidupan manusia (Lubis & Nasution, 2023). Contohnya adalah dengan hadirnya teknologi digital seperti *e-commerce* dan *financial technology payment* yang diakses dengan mudah menggunakan *smartphone*.

E-commerce merupakan salah satu platform digital untuk berbelanja yang sedang populer saat ini, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada. *E-commerce* dapat memberikan keuntungan bagi penjual maupun pembeli karena dapat melakukan transaksi ekonomi secara praktis, aman, dan efisien. Angka pengguna internet di Indonesia telah melonjak dalam beberapa tahun belakangan. Melalui data yang dirilis oleh (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2024), sejak 2020 hingga 2023, jumlah pengguna *e-commerce* Indonesia terus meningkat, tercatat jumlah pengguna sebanyak 58,63 juta. Tingkat kenaikan ini cukup signifikan yaitu mencapai 21,56% dari tahun 2020 hingga tahun 2023. Hal ini diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2029 yang akan mencapai angka 34,84% dengan 99,1 juta pengguna.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *E-Commerce* di Indonesia

Sumber : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Kini hampir seluruh aspek kehidupan sudah terdigitalisasi, contohnya dalam kehidupan sehari-hari, seperti belanja, transaksi keuangan, transportasi, serta kegiatan ekonomi lainnya yang sekarang sudah menggunakan teknologi digital (Mukti et al., 2023). Hal tersebut juga menimbulkan suatu perubahan pada gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat khususnya pada generasi muda seiring dengan semakin seringnya mereka berinteraksi dengan berbagai teknologi digital yang memberikan persepsi kemudahan bagi penggunaannya.

Dilansir dari website Otoritas Jasa Keuangan (2024), menurut Laporan Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) *Annual Member Survey* (AMS) 2024, menunjukkan hasil yakni Generasi Millenials dan Generasi Z adalah mayoritas pengguna *fintech* yang mencapai angka 68,7%. Perkembangan teknologi ini tentunya memiliki dampak positif maupun negatif utamanya pada kalangan generasi muda yang sangat menggandrungi dan mengikuti trend perkembangan teknologi. Salah satu trend yang sedang berlangsung saat ini yaitu berbelanja *online* melalui *e-commerce* serta melakukan pembayaran dengan menggunakan *financial*

technology payment yang dapat membuat konsumen selalu ingin membeli sesuatu yang seharusnya tidak mereka perlukan (Sari & Asyari, 2024).

Dilansir dari berita yang berjudul “TikTok Shop Jadi Sarang Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Aplikasi TikTok yang awalnya adalah media sosial sekarang telah berevolusi dengan menambahkan berbagai fitur layaknya *e-commerce*. Perubahan tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa. Konten-konten yang dibagikan oleh *influencer* sering kali juga menyisipkan promosi berbagai produk yang dapat menarik minat pengikutnya untuk membeli produk yang mereka promosikan. Hal tersebut dikenal sebagai “Racun TikTok”. Hal tersebut secara tidak langsung dapat mengubah kebiasaan belanja dari mahasiswa, baik secara positif maupun negatif karena dapat mendorong perilaku pembelian secara impulsif (Anantatiar, 2023).

Tabel 1.1 Hasil Survei Pra Penelitian

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> untuk berbelanja?	100%	0%
2.	Apakah Anda menggunakan aplikasi <i>fintech</i> (seperti ShopeePay, GoPay, OVO, dll) untuk transaksi <i>e-commerce</i> ?	100%	0%
3.	Apakah pembayaran melalui <i>fintech</i> membuat anda lebih impulsif dalam berbelanja <i>online</i> ?	90,2%	9,8%
4.	Apakah anda merasa memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengelola keuangan pribadi?	98%	2%
5.	Meskipun paham tentang literasi keuangan, apakah anda tetap sering membeli barang yang tidak diperlukan secara <i>online</i> ?	84,3%	15,7%
6.	Apakah anda merasa sulit menolak godaan diskon yang ditawarkan oleh aplikasi <i>e-commerce</i> ?	82,4%	17,6%

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
7.	Pernahkah Anda membeli barang hanya karena takut kehabisan promo, padahal barang tersebut tidak mendesak?	82,4%	17,6%
8.	Apakah anda merasa menyesal setelah membeli barang secara impulsif?	62,7%	37,3%

Sumber: Peneliti (2025)

Merujuk pada hal tersebut, Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur juga mengalaminya. Menurut temuan dari survei sebelum penelitian yang sudah diadakan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan jika 100% responden yang mengisi survei tersebut adalah pengguna aktif *e-commerce* dan *financial technology payment* untuk berbelanja secara *online*. 90,2% menyatakan bahwa dengan *fintech* membuat mereka lebih impulsif dalam berbelanja online. Sebanyak 98% merasa bahwa telah memiliki pengetahuan keuangan yang cukup dalam mengelola keuangan pribadi, sedangkan hanya 2% responden yang merasa kurang cukup pengetahuan keuangannya. Meskipun banyak yang merasa telah paham terkait keuangan, tetapi 84,3% dari mereka masih melakukan pembelanjaan yang tidak rasional.

Kemudian sebesar 82,4% responden masih sulit dalam mengendalikan diri dalam menghadapi promo yang ditawarkan oleh *e-commerce* dan *fintech payment*. 82,4% responden juga membeli barang yang tidak diperlukan hanya karena takut kehabisan promo. Sebesar 62,7% responden merasa menyesal ketika telah melakukan pembelian secara impulsif, sedangkan sebanyak 37,3% merasa tidak menyesal ketika melakukan hal tersebut. Berdasarkan hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FEB UPN "Veteran" Jawa Timur yang mayoritas

telah memiliki pengetahuan keuangan namun ternyata masih sulit dalam menahan diri untuk tidak melakukan pembelian secara impulsif karena tawaran promo menarik *e-commerce* dan *fintech payment*. Hal tersebut mencerminkan bahwa mahasiswa tersebut terindikasi melakukan perilaku konsumtif dan 62,7% dari mereka merasa menyesal telah melakukan hal tersebut yang artinya bahwa perilaku konsumtif tersebut memberikan dampak yang kurang baik pada mahasiswa.

Fenomena tersebut menimbulkan suatu masalah, dengan berbagai fitur menarik dan diskon yang disediakan dan ditawarkan oleh *e-commerce* serta *financial technology payment* dapat membuat individu dengan mudahnya terpengaruh untuk melakukan transaksi. Hal tersebut menimbulkan suatu permasalahan yaitu perilaku konsumtif yang semakin meningkat yang akan berdampak pada kondisi keuangan individu. Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu untuk berbelanja namun bukan karena suatu keharusan, melainkan karena keinginan semata dengan maksud supaya memperoleh pengakuan dari orang lain, mengikuti tren, atau menuruti gengsi (Wardani & Anggadita, 2021). Sebagai mayoritas pengguna teknologi saat ini dan cenderung mudah mengikuti tren seperti, mengeluarkan uang secara berlebihan demi membeli barang yang sesungguhnya tidak dibutuhkan yang dibeli hanya disebabkan sedang diskon atau sedang populer. Oleh karena itu, mahasiswa adalah sasaran tepat bagi penyedia layanan *e-commerce* dan *financial technology payment* yang menawarkan kemudahan dengan teknologi mereka.

Mahasiswa cenderung bersikap konsumtif akibat pengaruh faktor internal dan eksternal yang dapat memicu perilaku tersebut. Seperti yang dijelaskan pada

theory planned behaviour jika perilaku individu mampu dipengaruhi oleh beberapa komponen mencakup *attitude towards the behaviour* (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan).

Faktor pertama yang mampu menimbulkan perilaku konsumtif ialah *financial technology payment* yang merupakan layanan keuangan berbasis teknologi digital, yang mampu memungkinkan pengguna melakukan pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai, seperti aplikasi pembayaran digital yang sedang trend dan diminati saat ini yaitu, *e-wallet* (Spay, GoPay, Dana, OVO, dan LinkAja), QRIS, dan *m-banking* (Kuswanto et al., 2024). Layanan *financial technology* ini memfasilitasi berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, pemesanan transportasi, pembelian makanan, serta pembayaran untuk berbagai fitur belanja *online* lainnya. Layanan tersebut dapat diakses hanya dengan melalui *smartphone* masing-masing dengan terhubung jaringan internet.

Adanya *fintech payment* yang menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional membuat perilaku menjadi konsumtif yang berdampak pada pembelian barang-barang yang kurang rasional (Fiika et al., 2022). Dalam *theory of planned behaviour*, *financial technology payment* dapat dijelaskan pada komponen kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam hal ini sikap mahasiswa terhadap penggunaan *fintech payment* akan dipengaruhi oleh persepsi mereka terkait dengan manfaat yang diberikan pada saat menggunakan teknologi ini, seperti kemudahan, efisiensi, serta kenyamanan yang ditawarkan.

Dibalik banyaknya keunggulan yang ditawarkan oleh *financial technology payment* terdapat juga sisi negatif yang dapat berdampak kepada para penggunanya. Dampak negatif tersebut akan tertimpa pada pengguna yang tidak memiliki pemahaman terkait teknologi tersebut dan asal-asalan dalam menggunakannya. Berkat kemudahan akses yang ditawarkan dapat memicu seseorang untuk terus menerus menggunakan aplikasi *fintech* tersebut dan semakin terpacu dalam mewujudkan keinginan untuk belanjanya khususnya dalam berbelanja *online* tanpa pertimbangan yang matang. Hal tersebut dapat mengakibatkan pemborosan dan memicu keuangan yang tidak stabil. Pernyataan ini disetujui oleh hasil studi dari Guntur et al. (2024) yang mengungkapkan jika *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa *financial technology* dapat memicu individu dalam berperilaku konsumtif yang dapat menyebabkan pemborosan karena pembayaran digital, promo yang didapatkan jika melakukan transaksi lewat aplikasi, serta kemudahan akses yang ada.

Faktor kedua adalah literasi keuangan. Mengacu pada studi yang telah dilakukan oleh Taqwa & Mukhlis (2022) berkenaan dengan faktor yang mampu membantu individu sebelum bertindak mengarah ke perilaku konsumtif dengan contohnya adalah literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kapabilitas seseorang dalam memperdalam pengetahuan serta keterampilannya demi pengelolaan keuangan yang lebih efektif (M. M. Sari et al., 2023).

Menurut data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (2024) dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, dinyatakan bahwa indeks literasi keuangan pada kelompok umur 18-25 tahun mencapai angka

70,19% dan indeks inklusi keuangan mencapai angka 79,21%. Data menunjukkan bahwa sebagian besar individu yang ada di rentang usia tersebut adalah usia mahasiswa yang telah memiliki pemahaman dasar terkait dengan konsep keuangan. Namun, capaian literasi keuangan terbilang masih tertinggal apabila disandingkan dengan capaian inklusi keuangan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas kelompok usia ini telah memiliki akses dan dapat memanfaatkan berbagai layanan keuangan dengan kualitas literasi dalam bidang keuangan yang masih membutuhkan peningkatan agar dapat memanfaatkan akses layanan keuangan lebih bijak.

Mahasiswa yang mempunyai pemahaman kuat terkait keuangan kemungkinan besar bisa lebih bijak dalam mengelola keuangannya terutama dalam hal berbelanja, karena mereka akan memikirkan dampak yang akan terjadi apabila melakukan pembelian yang sebenarnya tidak dibutuhkan akan berdampak buruk bagi kondisi keuangan pribadi. Namun, juga terdapat mahasiswa yang memiliki literasi keuangan rendah, sehingga cenderung tidak bijak dalam mengelola keuangan mereka dan berpotensi berperilaku konsumtif. Dalam *theory planned behaviour*, literasi keuangan dapat dijelaskan melalui komponen sikap terhadap perilaku, individu yang menyikapi secara positif terkait dengan pemahaman keuangan, mereka akan lebih terstruktur dalam mengelola keuangan dengan cermat dan dapat menghindari pengeluaran yang berlebihan. Ini selaras dengan riset yang dilaksanakan oleh Rahmawati et al. (2022) yang menyampaikan jika dengan pemahaman keuangan yang baik dapat mengurangi kecenderungan untuk bersikap konsumtif.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa harus mulai menyadari betapa pentingnya untuk meningkatkan literasi keuangan serta menentukan skala prioritas dengan mempertimbangkan kemampuan keuangan agar pengeluaran tidak lebih besar daripada pemasukan. Hal tersebut dimaksud agar mahasiswa lebih cenderung mengutamakan kebutuhan daripada keinginan sehingga mahasiswa dapat terhindar dari pola perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam hal ini, pengetahuan dan pemahaman individu terkait literasi keuangan dibutuhkan untuk mempertimbangkan keputusan dalam menggunakan uangnya sebijak mungkin.

Selain itu, menurut Chairah & Siregar (2022) terdapat aspek internal yang dapat mempengaruhi kecenderungannya untuk bersikap konsumtif yaitu *self control* atau kemampuan individu untuk mengendalikan diri. Ini merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan perilaku konsumsi seseorang. Mahasiswa yang merupakan peralihan dari remaja ke dewasa cenderung mudah terpengaruh dengan perubahan budaya dan selalu ingin mencoba hal-hal baru ini akan lebih mudah untuk melakukan tindakan konsumsi yang berlebihan (Islamia & Purnama, 2022). Perilaku konsumtif ini tetap akan berkelanjutan apabila mahasiswa tidak dapat memahami kemampuan untuk mengendalikan keinginan, pengelolaan keuangan (Rahmat et al., 2022). Terutama dengan adanya kemudahan bertransaksi seperti yang ditawarkan oleh teknologi digital yaitu *e-commerce* dan *financial technology payment*. Kondisi ini memiliki potensi menimbulkan masalah dalam keuangan individu mahasiswa apabila ia tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak tergiur dengan maraknya tawaran-tawaran menarik yang beredar.

Perilaku konsumtif tidak terlepas dari peran teknologi digital yang ada saat ini. Kemudahan yang ditawarkan melalui *e-commerce* dan *financial technology payment* ditambah dengan adanya promosi menarik seperti diskon, *cashback* dan sebagainya dapat membuat seseorang tanpa berpikir panjang untuk membelinya. Keadaan ini menciptakan lingkungan yang mendukung bagi peningkatan perilaku konsumtif, terutama jika mahasiswa tersebut tidak mempunyai pengendalian diri yang baik serta kurang bijak dalam mengelola keuangannya. Kondisi tersebut menunjukkan betapa pentingnya *self control* dalam pengambilan keputusan finansial.

Kemampuan dalam menahan diri dalam menghadapi banyaknya godaan untuk belanja secara impulsif sangat bergantung pada level pengendalian diri yang dimiliki masing-masing individu. Mahasiswa dengan tingkat *self control* yang lebih rendah cenderung lebih mudah tergoda untuk melakukan pembelian impulsif. Dalam *theory planned of behaviour*, *self control* dapat dijelaskan melalui komponen kontrol perilaku yang dirasakan. *Self control* yang tinggi membuat individu yakin pada dirinya dan mampu dalam mengelola dorongan atau keinginan untuk melakukan sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan. Hal ini selaras dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh Dinanti & Nesner (2024) menyatakan jika kendali diri mempunyai pengaruh atas perilaku konsumtif, berarti semakin kuat tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh individu maka akan berdampak pada rendahnya tingkat perilaku konsumtif. Oleh sebab itu, penguatan *self control* adalah sebuah hal yang sangat krusial dalam mencegah perilaku konsumtif yang dapat berakibat fatal pada kestabilan finansial mahasiswa.

Penelitian-penelitian terdahulu juga telah banyak yang membahas terkait dengan hubungan antara literasi keuangan, *self control*, dan *financial technology payment* terhadap perilaku konsumtif. Namun, Sebagian besar penelitian-penelitian yang telah ada tersebut masih jarang yang membahas secara gabungan antara ketiga variabel tersebut yaitu, literasi keuangan, *self control*, dan *financial technology payment* atas perilaku konsumtif dalam konteks mahasiswa pengguna *e-commerce* di lingkungan universitas tertentu. Sehingga, perbedaan penelitian yang sudah ada dengan studi ini terletak pada pemilihan objek serta waktu penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai objek untuk memahami fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Lingkup penelitian ini dipilih karena mahasiswa di fakultas ini telah memiliki bekal pengetahuan keuangan dari beberapa mata kuliah yang telah dipelajari dan dinilai memiliki tingkat pemahaman yang relatif lebih tinggi terhadap aspek-aspek ekonomi. Selain itu, berdasarkan survei pra penelitian yang telah dilakukan mahasiswa merupakan pengguna aktif teknologi dan memiliki kemampuan dalam mengakses berbagai layanan teknologi seperti *financial technology payment* dan *e-commerce*. Lokasi dalam penelitian ini dipilih karena Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” di Indonesia terdapat pada tiga wilayah berbeda sehingga sangat memungkinkan terjadi perbedaan taraf hidup di antara mahasiswanya. Oleh sebab itu, peneliti menargetkan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai lokasi penelitian dengan adanya pertimbangan yaitu taraf hidup di

wilayah Surabaya dapat dikatakan cukup seimbang antara Upah Minimum Kota/Kabupaten (UMK) dengan biaya hidup yang lebih rendah. Dilansir dari Kompas.com UMK Surabaya sebesar Rp 4.961.753 sedangkan wilayah Jakarta dengan UMK Rp 5.396.761 namun dengan biaya hidup yang jauh lebih tinggi, berbeda halnya dengan wilayah Yogyakarta dengan gaya hidup yang hampir sama dengan Surabaya tetapi tingkat UMK nya lebih rendah dari pada kedua wilayah tersebut yaitu senilai Rp 2.655.041 (Arnani, 2025), sehingga lingkup studi yang dipilih pada penelitian ini ialah kelompok yang ideal untuk digunakan sebagai objek penelitian guna menganalisis pengaruh dari ketiga variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, peneliti memiliki ketertarikan untuk mendalami lebih mendalam tentang berbagai faktor yang memberikan pengaruh perilaku konsumtif, terutama pada kalangan mahasiswa pengguna *e-commerce* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Oleh sebab itu, peneliti berinisiatif untuk mengembangkan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh *Financial Technology Payment*, Literasi Keuangan, dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *E-commerce* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan *Financial Technology Payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur?
3. Apakah *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Guna melakukan uji dan membuktikan hipotesis penelitian yakni *Financial Technology Payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Guna melakukan uji dan membuktikan hipotesis penelitian yaitu literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur.

3. Guna melakukan uji dan membuktikan hipotesis penelitian yaitu *self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna *e-commerce*, terutama di lapisan mahasiswa. Di samping itu, riset ini juga bermaksud guna menyajikan *insight* mengenai peran teknologi pembayaran digital dalam mempengaruhi cara individu mengatur keuangan dan mengambil keputusan konsumsi di era digital saat ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Studi ini menyampaikan sejumlah manfaat, antara lain memperkaya pemahaman dan pengetahuan terkait pengaruh dari literasi keuangan, *self control*, dan *financial technology payment* terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce*. Di samping itu, riset ini juga mampu memberikan

peningkatan keterampilan serta kemampuan penyelesaian masalah penulis, yang mampu bermanfaat di waktu yang akan datang.

b. Bagi Mahasiswa

Temuan dari studi ini diharapkan mampu menyajikan informasi serta meningkatkan kesadaran finansial di generasi muda terutama di lapisan mahasiswa FEB UPN "Veteran" Jawa Timur supaya lebih cermat saat menggunakan teknologi finansial, supaya mampu mendukung perilaku keuangan yang lebih baik dan meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif.

c. Bagi Instansi

Studi ini diharapkan dapat memberikan landasan bagi instansi terkait dalam merencanakan program pendidikan yang lebih efektif untuk mengedukasi mahasiswa tentang pentingnya literasi keuangan, proses kelola keuangan, dan pemakaian teknologi yang bijak di era digital ini guna mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Studi ini diharapkan mampu berfungsi sebagai referensi literatur untuk studi-studi berikutnya serta dapat dikembangkan lebih mendalam guna menyajikan penelitian yang lebih komprehensif.