

Gaya Hidup *Cashless* dan Pemanfaatan Dompot Digital dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z: Peran *Self-Control* dan Nilai-Nilai Islam

Sri Kasnelly*, Ahmad Luthfi, Abdul Jalil, M. Syaikhul Arif, Revalina Juventini LA

Universitas Islam An-Nadwah Kuala Tungkal

*Correspondence: srikasnellykasmijan@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan sistem pembayaran digital turut mengubah pola konsumsi mahasiswa Generasi Z, terlihat dari meluasnya gaya hidup *cashless* dan pemakaian dompet digital. Studi ini dimaksudkan untuk mengkaji sejauh mana gaya hidup *cashless* serta tingkat pemakaian dompet digital memengaruhi perilaku konsumtif, dengan *self-control* berperan sebagai mediator dan nilai-nilai Islam berperan sebagai moderator. Desain survei diterapkan pada 80 mahasiswa Universitas Islam An-Nadwah Kuala Tungkal yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, kemudian data diolah dengan pendekatan SEM-PLS. Temuan menunjukkan gaya hidup *cashless* dan intensitas pemakaian dompet digital sama-sama memberi pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sementara *self-control* dan nilai-nilai Islam memberi pengaruh yang berlawanan arah (negatif). Peran moderasi nilai-nilai Islam hanya terbukti pada hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif, sedangkan *self-control* tidak terbukti menjadi mediator pada pengaruh gaya hidup *cashless* ataupun intensitas pemakaian dompet digital. Dengan demikian, penguatan *self-control* dan nilai-nilai Islam terbukti penting bagi terbentuknya pola konsumsi mahasiswa yang lebih bijak.

Kata Kunci: *self-control*; gaya hidup *cashless*; dompet digital; nilai-nilai Islam; perilaku konsumtif.

ABSTRACT

Advances in digital payment technology have reshaped how Generation Z students consume, largely through their growing embrace of a cashless lifestyle and digital wallets. This study set out to determine whether a cashless lifestyle and the intensity of digital wallet use shape consumptive behavior, examining self-control as a mediating mechanism and Islamic values as a moderating factor. Using a purposive sample of 80 students from Universitas Islam An-Nadwah Kuala Tungkal, quantitative survey data were gathered and processed through SEM-PLS. Findings indicate that both a cashless lifestyle and digital wallet usage intensity raise consumptive behavior, whereas self-control and Islamic values lower it. Islamic values were found to moderate only the self-control-to-consumptive-behavior pathway, while self-control failed to mediate the pathways linking cashless lifestyle or digital wallet usage to consumptive behavior. Taken together, the results underscore that cultivating self-control and instilling Islamic values are key to fostering wiser consumption habits among students.

Keywords: *self-control*; cashless lifestyle; digital wallet; Islamic values; consumptive behavior.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi finansial telah menggeser kebiasaan bertransaksi dari tunai ke arah non-tunai (*cashless*). Bagi Generasi Z, dompet digital menjadi pilihan karena praktis, cepat, dan menawarkan berbagai insentif seperti *cashback* dan potongan harga (Fadhilah & Rianto, 2023); penerimaan serta intensitas pemakaiannya pun makin kuat seiring tingginya motivasi dan *self-efficacy* penggunaanya (Rosli et al., 2023). Kemudahan, kecepatan, dan keamanan bertransaksi semacam ini ikut mendorong aktivitas belanja, khususnya pada kelompok Generasi Z (Ernawati et al., 2023; Demirel & Tapan, 2023; Akel & Candan, 2023). Di sisi lain, keberadaan *cashback*, diskon, dan voucher justru memperkuat gaya hidup *cashless* sekaligus berisiko memicu pembelian impulsif dan perilaku konsumtif (Pan et al., 2024; Fitriyani & Afrizal, 2025; Kuswardhani et al., 2025; Nababan et al., 2025; Neisella & Pratiwi, 2026; Abbas et al., 2025). Kendati demikian, ekosistem digital sesungguhnya juga

menyimpan peluang untuk menumbuhkan pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan (Terenteva et al., 2023).

Ciri khas perilaku konsumtif tampak dari kebiasaan membeli secara impulsif, ikut-ikutan tren, dan mengejar kepuasan jangka pendek (Susanto & Syafrinadina, 2024; Rahardjo et al., 2025). Kecenderungan ini sesungguhnya dapat diredam lewat *self-control*, yakni kesanggupan seseorang menahan dorongan, menyusun skala prioritas kebutuhan, dan mengambil keputusan secara rasional; makin tinggi *self-control* seseorang, makin kecil pula kecenderungannya berperilaku konsumtif (Blachnio et al., 2023; Novia, 2023; Becker & Bernecker, 2023; Aenaya et al., 2024; Jain et al., 2023). Dari sudut pandang ekonomi Islam, gagasan *Maqashid Syariah* dan *maslahah* mengajarkan pemenuhan kebutuhan secara wajar tanpa berlebihan (Pusparini, 2023; Arif, 2023; Adinugroho et al., 2023; Nurbaeti et al., 2023). Internalisasi nilai-nilai Islam memudahkan seseorang memilah antara kebutuhan dan

sekadar keinginan, sehingga pemanfaatan dompet digital pun berlangsung lebih bijak dan bertanggung jawab (Rasit & Hamjah, 2023; Sarjan et al., 2023; Nordin et al., 2023; Ashfahany et al., 2023).

Kondisi serupa turut dijumpai di kalangan mahasiswa Universitas Islam An-Nadwah Kuala Tungkal, yang kian mengandalkan dompet digital untuk berbagai keperluan harian, sehingga kemampuan mengelola keuangan, *self-control*, dan penghayatan nilai-nilai Islam menjadi penting agar konsumsi tetap terjaga (Gunawan, 2023; Azra et al., 2023; Hidayah et al., 2023). Sejumlah kajian sebelumnya mengungkap keterkaitan yang dinamis antara pemakaian dompet digital, perilaku keuangan, dan perilaku konsumtif, sementara peran literasi keuangan terhadap pemakaian dompet digital masih memperlihatkan temuan yang belum seragam (Latifah & Wiyanto, 2023) di samping itu, kemudahan bertransaksi digital yang ditunjang beragam promosi juga berpeluang mendorong aktivitas konsumsi mahasiswa (Marpaung & Rahma, 2023). Meski demikian, kajian yang memadukan gaya hidup *cashless* dan intensitas pemakaian dompet digital sebagai variabel bebas, *self-control* sebagai mediator, serta nilai-nilai Islam sebagai moderator dalam satu model utuh masih jarang dijumpai, terlebih pada konteks mahasiswa perguruan tinggi Islam. Bertolak dari kesenjangan tersebut, penelitian ini disusun untuk mengkaji pengaruh gaya hidup *cashless* dan intensitas pemakaian dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Universitas Islam An-Nadwah Kuala Tungkal, dengan *self-control* sebagai mediator dan nilai-nilai Islam sebagai moderator.

Pengembangan Hipotesis

Kepraktisan dan keluwesan bertransaksi lewat sistem pembayaran digital membuat mahasiswa lebih ringan tangan dalam berbelanja, sehingga berpotensi memicu naiknya perilaku konsumtif (Kuswardhani et al., 2025; Abbas et al., 2025). *Self-control* dan nilai-nilai Islam diyakini mampu menjaga agar perilaku konsumsi tetap rasional dan bertanggung jawab. Nilai-nilai Islam diduga berperan memoderasi keterkaitan antara pemakaian pembayaran digital dengan perilaku konsumtif, sementara *self-control* diduga menjadi jalur mediasi bagi pengaruh gaya hidup *cashless* dan intensitas pemakaian dompet digital terhadap perilaku konsumtif. Bertolak dari uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Gaya hidup *cashless* memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H2: Gaya hidup *cashless* turut memengaruhi *self-control* mahasiswa Generasi Z.

H3: Intensitas pemakaian dompet digital memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H4: Intensitas pemakaian dompet digital turut memengaruhi *self-control* mahasiswa Generasi Z.

H5: *Self-control* memberikan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H6: Nilai-nilai Islam memberikan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H7: Nilai-nilai Islam berperan memoderasi pengaruh gaya hidup *cashless* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H8: Nilai-nilai Islam berperan memoderasi pengaruh intensitas pemakaian dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H9: Nilai-nilai Islam berperan memoderasi pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H10: *Self-control* berperan memediasi pengaruh gaya hidup *cashless* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

H11: *Self-control* berperan memediasi pengaruh intensitas pemakaian dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.

METODE

Riset ini menerapkan metode kuantitatif berbasis survei guna mengkaji keterkaitan antara gaya hidup *cashless*, intensitas pemakaian dompet digital, *self-control*, nilai-nilai Islam, dan perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z (Hariyani & Prasetyo, 2024); (Wardani et al., 2025). Lokasi penelitian berada di Universitas Islam An-Nadwah Kuala Tungkal, dengan populasi mahasiswa Generasi Z. Sebanyak 80 responden dijadikan sampel melalui teknik *purposive sampling*, yakni mahasiswa aktif yang terbiasa memakai dompet digital seperti DANA, OVO, GoPay, dan ShopeePay dalam transaksi sehari-hari (Ermalina et al., 2024; Tanthowi et al., 2025).

Pengumpulan data dilakukan lewat kuesioner tertutup berskala *Likert* lima poin. Lima variabel yang diteliti mencakup gaya hidup *cashless* (X1), intensitas pemakaian dompet digital (X2), *self-control* selaku mediator (M), nilai-nilai Islam selaku moderator (Z), serta perilaku konsumtif selaku variabel terikat (Y). Sumber data terdiri atas data primer hasil kuesioner dan data sekunder yang diambil dari sejumlah publikasi ilmiah terkait (Hariyani & Prasetyo, 2024), dengan pengukuran variabel *self-control* merujuk pada instrument (Mariana et al., 2025). Pengolahan data ditempuh lewat statistik deskriptif dan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* (Hair et al., 2022) melalui aplikasi *SmartPLS*. Tahap evaluasi model mencakup pengujian *outer model* (*convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *Cronbach's alpha*) serta *inner model* (*R-square*, *path coefficient*, *effect size* (f^2), dan *bootstrapping*) (Yarsasi et al., 2025; Gupta et al., 2024; Gecit et al., 2026) yang ditujukan untuk menguji pengaruh langsung, efek mediasi *self-control*, dan efek moderasi nilai-nilai Islam.

HASIL

Pengujian data memanfaatkan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* melalui aplikasi *SmartPLS*, mencakup evaluasi *outer model* guna mengukur validitas dan reliabilitas konstruk, serta *inner model* guna menguji hubungan antarvariabel beserta hipotesis penelitian. Kelima variabel yang diuji meliputi gaya hidup *cashless*, intensitas pemakaian

dompot digital, *self-control*, nilai-nilai Islam, dan perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z. Uji *convergent validity* mengacu pada nilai *outer loading* dengan ambang minimal 0,70. Pengujian tahap awal menyisakan sejumlah indikator bernilai di bawah ambang tersebut sehingga dikeluarkan dari model; setelah pengujian diulang, seluruh indikator yang tersisa dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen.

Tabel 1
Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Indikator Valid	Outer Loading
Gaya Hidup Cashless (X1)	X1_1, X1_2, X1_4	0,708-0,772
Intensitas Dompot Digital (X2)	X2_1, X2_2, X2_4	0,719-0,801
Nilai-Nilai Islam (Z)	Z_2, Z_4	0,736-0,841
Perilaku Konsumtif (Y)	Y_1, Y_3, Y_4, Y_5	0,708-0,790
Self-Control (M)	M_1, M_4, M_5	0,735-0,773

Sumber: data olahan

Uji *discriminant validity* memanfaatkan nilai *cross loading*, dengan tujuan memastikan setiap indikator berkorelasi lebih erat dengan konstruknya sendiri dibandingkan konstruk lain. Tabel 2

memperlihatkan bahwa seluruh konstruk telah lolos kriteria *discriminant validity* sehingga masing-masing dapat dibedakan secara jelas satu sama lain.

Tabel 2
Hasil Uji Discriminant Validity

Variabel	Rentang Cross Loading	Keterangan
Gaya Hidup Cashless (X1)	0,712-0,793	Valid
Intensitas Dompot Digital (X2)	0,734-0,809	Valid
Nilai-Nilai Islam (Z)	0,832-0,891	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	0,712-0,826	Valid
Self-Control (M)	0,792-0,837	Valid

Sumber: data olahan

Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dihitung untuk mengukur validitas konvergen tiap konstruk, dengan ambang batas kelayakan berada di atas

0,50. Sebagaimana terlihat pada Tabel 3, seluruh nilai AVE berada di atas 0,50 sehingga validitas konvergen tiap konstruk terpenuhi.

Tabel 3
Hasil Uji Average Variance Extracted

Variabel	AVE	Keterangan
Gaya Hidup Cashless (X1)	0,562	Valid
Intensitas Dompot Digital (X2)	0,616	Valid
Nilai-Nilai Islam (Z)	0,743	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	0,584	Valid
Self-Control (M)	0,666	Valid

Sumber: data olahan

Reliabilitas konstruk diukur lewat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, dengan konstruk dikategorikan reliabel bila *Cronbach's Alpha* melampaui 0,60 dan *Composite Reliability* melampaui

0,70. Tabel 4 memperlihatkan bahwa seluruh konstruk telah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*-nya berada di atas ambang yang disyaratkan.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Gaya Hidup Cashless (X1)	0,611	0,794	Reliabel
Intensitas Dompot Digital (X2)	0,695	0,828	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Nilai-Nilai Islam (Z)	0,657	0,852	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,765	0,848	Reliabel
Self-Control (M)	0,753	0,857	Reliabel

Sumber: data olahan

Tabel 5
Hasil Uji R-Square

Variabel Dependen	R-Square	Adjusted R-Square
Perilaku Konsumtif (Y)	0,430	0,375
Self-Control (M)	0,049	0,024

Sumber: data olahan

Tabel 5 memperlihatkan nilai *R-Square* perilaku konsumtif sebesar 0,430, yang berarti model mampu menerangkan 43,0% variasi perilaku konsumtif, sementara sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model. Adapun *R-Square self-control* yang hanya 0,049 mengindikasikan bahwa gaya hidup *cashless* dan

intensitas pemakaian dompet digital hanya mampu menjelaskan porsi kecil dari variasi *self-control*. Sedangkan Tabel 6, seluruh nilai *effect size* antarvariabel tergolong kecil, dan kontribusi terbesar tetap berasal dari intensitas pemakaian dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 6
Hasil Uji Effect Size (F²)

Hubungan Variabel	F ²	Kategori
X1 → Y	0,076	Kecil
X2 → Y	0,126	Kecil
Z → Y	0,100	Kecil
M → Y	0,056	Kecil
Z x M → Y	0,082	Kecil

Sumber: data olahan

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis (Direct Effect)

Hubungan	Koefisien	T-Stat	P-Value	Keterangan
X1 → Y	0,218	2,610	0,005	Signifikan
X1 → M	-0,060	0,491	0,312	Tidak Signifikan
X2 → Y	0,288	2,915	0,002	Signifikan
X2 → M	-0,198	1,331	0,092	Tidak Signifikan
Z → Y	-0,250	2,421	0,008	Sig. Negatif
Z x X1 → Y	-0,018	0,198	0,422	Tidak Signifikan
Z x X2 → Y	0,010	0,082	0,467	Tidak Signifikan
Z x M → Y	0,257	2,179	0,015	Signifikan
M → Y	-0,189	1,852	0,032	Sig. Negatif

Sumber: data olahan

Temuan menunjukkan gaya hidup *cashless* dan intensitas pemakaian dompet digital sama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara *self-control* dan nilai-nilai Islam berpengaruh negatif signifikan terhadapnya. Pengaruh gaya hidup *cashless* maupun intensitas

pemakaian dompet digital terhadap *self-control* tercatat tidak signifikan. Di sisi lain, peran moderasi nilai-nilai Islam hanya terkonfirmasi pada hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif, dan tidak terkonfirmasi pada hubungan gaya hidup *cashless* maupun intensitas pemakaian dompet digital dengan perilaku konsumtif.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis (Indirect Effect)

Hubungan	Koefisien	T-Stat	P-Value	Keterangan
X1 → M → Y	0,011	0,417	0,338	Tidak Signifikan
X2 → M → Y	0,038	0,971	0,166	Tidak Signifikan

Sumber: data olahan

Tabel 8 memperlihatkan bahwa *self-control* tidak berperan sebagai mediator pada kedua jalur tersebut, karena baik jalur gaya hidup *cashless* maupun intensitas pemakaian dompet digital sama-sama tidak signifikan secara statistik.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa gaya hidup *cashless* dan intensitas pemakaian dompet digital cenderung mendorong naiknya perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z, sedangkan *self-control* dan nilai-nilai Islam justru meredamnya. Peran penguat nilai-nilai Islam hanya tampak pada hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif, sementara *self-control* tidak terbukti menjadi mediator bagi pengaruh gaya hidup *cashless* maupun intensitas pemakaian dompet digital. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan *self-control* serta penanaman nilai-nilai Islam tetap menjadi kunci dalam mengarahkan mahasiswa pada pola konsumsi yang lebih bijaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. Y., Pratama, F. I., Romdonny, J., Maulana, Y., 2025. *The Influence of Scarcity Perception and FOMO on Gen Z Impulse Buying in Cirebon City*. 8(3), 9715–9727.
- Adinugroho, M., Rasyid, R. A., Putra, R. S., Ramadani, M., Akbar, I., Herlambang, T., 2023. Consumer Behaviour In Sharia Economic Perspective: Theory And Practice Study. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 10(1), 30–36.
- Aenaya, A. S., Wity, F., Gunawan, P., Anggraini, N., Nurhasanah, S., 2024. The effect of electronic word of mouth (EWOM) and fear of missing out (FOMO) on impulse buying in Shopee moderated. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 7(7), 4022–4027. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-19>
- Akel, G., Candan, G., 2023. Conspicuous Consumption and Social Media Addiction: The Role of Social Media Usage. 249
- Arif, Z., 2023. E-Commerce in the Perspective of the Qur'an and Its Implementation in the 4.0 Era for the Development of the Islamic Economy in Indonesia. *Central European Management Journal*, 31(2), 1210–1220.
- Ashfahany, A. El, Azzahra, F., Yayuli, Unal, I. M., 2023. *Intention to use sharia e-commerce: Applying a combination of the technology acceptance model and theory of planned behavior*. [https://doi.org/10.21511/im.19\(2\).2023.15](https://doi.org/10.21511/im.19(2).2023.15)
- Azra, A. M., Epriyanti, N., Nuzula, Z. F., 2023. Analisis perilaku konsumen muslim yang melakukan transaksi real money trading. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 190–193. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v3i1.5733>
- Becker, D., Bernecker, K., 2023. The role of hedonic goal pursuit in self-control and self-regulation: Is pleasure the problem or part of the solution? *Affective Science*, 1–5. <https://doi.org/10.1007/s42761-023-00193-2>
- Błachnio, A., Przepiorka, A., Cudo, A., Angeluci, A., Ben-ezra, M., Durak, M., Kaniasty, K., Mazzoni, E., Senol-durak, E., Hou, W. K., Benvenuti, M. (2023). Self-Control and Digital Media Addiction: The Mediating Role of Media Multitasking and Time Style. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 2283–2296.
- Demirel, A. C., Tapan, M. G. 2023. Examining the relationship between social media and compulsive online shopping addiction of university students. *Journal of the Human and Social Science Researches*, 12(1), 60–78.
- Ermalina, F., Kurniawan, R., Ginting, R., 2024. Menguak perilaku konsumtif generasi Z dalam penggunaan digital payment dan literasi keuangan berdasarkan mental accounting: Sebuah studi fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Ernawati, Putri, S. I., Azzahra, T., 2023. Analysis of the impact of digital payment platforms on financial management during the Covid-19 pandemic (case study of ITB students). *E3J (Economic Education and Entrepreneurship Journal)*, 6(1), 50–55. <https://doi.org/10.23960/E3J/v6i1.50-55>
- Fadhilah, F., Rianto, M. R., 2023. Determinants Influencing the Decision to Use the ShopeePay Digital Wallet in Generation Z in North Bekasi City. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology*, 2(1), 162–172.
- Fitriyani, F., Afrizal, Y. H., 2025. The cashless payment paradox in sustainable consumption trends: Between efficiency and overconsumption. *DIJEFA: Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 6(4), 3032–3039. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i4>
- Gecit, B. B., Toraman, Y., Balcoglu, Y. S., 2026. *Artificial intelligence versus traditional software in PLS-SEM: Data analysis with SmartPLS and ChatGPT*. 60, 7829–7849. <https://doi.org/10.1007/s11135-026-02597-1>
- Gunawan, A., 2023. Financial literacy and use of financial technology payment for consumptive behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 92–100. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.14233>
- Gupta, B., Srivastava, R., Uc, H., Aburayya, A., 2024. Partial least square structural equation model “PLS-SEM” to predict total quality management in UAE higher education: A comprehensive framework for organizational performance

- enhancement. 16, 247–258.
<https://doi.org/10.2478/fman-2024-0015>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., 2022. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. Sage.
- Hariyani, R., Prasetyo, T., 2024. Consumer Behavior Generasi Z: Aspek E-wallet dan Financial Literacy. *J-ADBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 34–41.
- Hidayah, A., Badharudin, A. Y., Aryoko, Y. P., 2023. Tingkat Pemahaman, Kemudahan, Kemanfaatan Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Penggunaan Electronic Money. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 10(1), 174–180.
- Jain, A., Srivastava, S., Shukla, A., 2023. Self-control and compulsive buying behavior: The mediating role of ill-being perception. *Cogent Business & Management*, 10(3).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2286673>
- Kuswardhani, E. L., Ananda, M., Pravita, N., Yuniawan, A., Kusumawardhani, A., 2025. *The Influence of E-Wallets on the Consumptive Behavior Generation Z: Systematic Review*. 4(2), 263–270.
- Latifah, Wiyanto, H., 2023. Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior pada Pengguna E-Wallet di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 373–382.
- Mariana, R., Wahyuni, R., Rahmat, A., Oskar, D. P., 2025. Peran self-control sebagai mediasi penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif generasi Z. *Psyche 165 Journal*, 18(1), 47–52.
<https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>
- Marpaung, K., Rahma, T. I. F., 2023. Pengaruh Gengsi, Diskon, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumerisme Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Manajemen. 6, 8–23.
- Nababan, A. A., Hutabarat, W. B., Simanjuntak, R. P., Fajri, M. Y., 2025. Analisis pengaruh penggunaan e-wallet terhadap pola konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Medan di era digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 7082–7089.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2943>
- Neisella, H., Pratiwi, R., 2026. Analisis penggunaan e-wallet dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Wahid Hasyim Semarang. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 9(2), 435–440.
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i2>
- Nordin, N., Mohammad, M., Yusoff, Z. J. M., Ali, E. M. T. E., Ismail, I., 2023. Mastery of the Fiqh Al-Muamalat course through the i-Maal application. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 13(4), 2089–2098.
<https://doi.org/10.6007/IJARBS/v13-i4/17319>
- Novia, L. W., 2023. Pengaruh pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap consumptive behaviour pada generasi milenial dengan lifestyle sebagai variabel intervening (studi kasus pada generasi milenial karyawan pabrik Longrich Kabupaten Cirebon). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(1), 28–41.
- Nurbaeti, A., Janwari, Y., Jubaedah, D., Oktriawan, W., 2023. Teori ekonomi mikro menurut Imam Abu Ubaid dan Imam Al-Syaibani. *Jurnal Istisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*, 10(1), 1–16.
<https://doi.org/10.31942/iq.v10i1.6876>
- Pan, Y., Gao, X., Bo, Q., Gao, X., 2024. Research on the Evaluation and Influencing Factors of China's Provincial Employment Quality Based on Principal Tensor Analysis. 3.
- Pusparini, M. D., 2023. Maqasid sharia-based financial plan to prevent conspicuous consumption among Muslim household. *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(1), 15–30.
<https://doi.org/10.21093/at.v8i1.5040>
- Rahardjo, C. J., Yanto, Supriaman. 2025. Electronic money, materialism, and social media: The triple threat reshaping student spending habits. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(2), 295–316.
<https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v20i2.2025.pp295-316>
- Rasit, R. M., Hamjah, S. H. 2023. Muslim consumers behaviour through “Buy Muslim First (BMF)” vs. “Buy Halal First” (BHF) campaign in Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 8(1), 1–11.
<https://doi.org/10.47405/mjssh.v8i1.1992>
- Rosli, M. S., Saleh, N. S., Ali, A., Bakar, S. A., 2023. Factors determining the acceptance of e-wallet among Gen Z from the lens of the extended technology acceptance model. 15, 1–23.
<https://doi.org/10.3390/su15075752>
- Sarjan, M., Hamid, A., Misbach, I., 2023. Actualization of Islamic Economic Ethics in Syari'ah Bank Financial Institutions. *Journal Pegguruang: Conference Series*, 5(1).
- Susanto, E., Syafrinadina. 2024. Student consumer patterns in the social media era: Observational study in the post-pandemic economic context. *Jurnal Manajemen Keuangan (MANKEU)*, 2(2), 119–126.
<https://doi.org/10.11591/jumpe.v9i1.paperID>
- Tanthowi, A., Sarsono, I. A. P., Anwar, R., 2025. Promo Dompot Digital dan Israf Mahasiswa: Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Z. 25(2), 272–280.
- Terenteva, D., Rodionov, D., Konnikova, O., Konnikov, E., 2023. Measuring the level of responsible

consumption influenced by the digital environment: A case study of University of Barcelona and Bielefeld University students. *14*.
<https://doi.org/10.3390/info14020073>

- Wardani, P. K., Nasution, I. P., Sundari, S., 2025. Pengaruh e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2), 500–507.
<https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5651>
- Yarsasi, S., Tahyudin, I., Hariguna, T., 2025. Analisis validitas dan reliabilitas kuesioner dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling pada aplikasi SmartPLS. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia (JPTI)*, 5(7), 1905–1913.
<https://doi.org/10.52436/1.jpti.885>