

**PENGARUH LITERASI PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN), GAYA HIDUP, DAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

Jennifer Natasya Likurerung  
Program Studi Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Padjadjaran  
[jennifernatasya03@gmail.com](mailto:jennifernatasya03@gmail.com)

**Abstract**

*This research aims to analyze the influence of humble leadership and professionalism on employee performance. The research method used is quantitative with a survey approach, where data is collected through questionnaires distributed to employees at the UKM Express company. Data analysis was carried out using SPSS software. The results of the regression analysis show that humble Leadership has a positive and significant influence on employee performance with values. The regression coefficient is 0.45 and significance is 0.003 ( $p < 0.05$ ). Professionalism also has positive and significant influence on employee performance with the regression coefficient value equal to 0.50 and significance 0.001 ( $p < 0.05$ ). Together, humble leadership and professionalism explains 60% of the variability in employee performance ( $R^2 = 0.60$ ), shows that the combination of these two variables is a strong predictor of employee performance. The implication of this research is the importance of companies to apply humble leadership and increase professionalism to achieve performance optimal employees.*

**Keywords:** *Humble Leadership, Professionalism, and Employee Performance*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh humble leadership dan profesionalisme terhadap kinerja karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survey, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada karyawan di perusahaan UKM Express. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa humble leadership memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.45 dan signifikansi 0.003 ( $p < 0.05$ ). Profesionalisme juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.50 dan signifikansi 0.001 ( $p < 0.05$ ). Secara bersama-sama, humble leadership dan profesionalisme menjelaskan 60% variabilitas dalam kinerja karyawan ( $R^2 = 0.60$ ), menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel ini merupakan prediktor yang kuat terhadap kinerja karyawan. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya perusahaan untuk menerapkan humble leadership dan meningkatkan profesionalisme guna mencapai kinerja karyawan yang optimal.

**Kata Kunci:** *Humble Leadership, Profesionalisme, dan Kinerja Karyawan*

**Article history**

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

**Copyright :** Author

**Publish by :** Musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak orang mengonsumsi barang dan jasa bukan lagi berdasarkan kebutuhan, melainkan demi memperoleh kepuasan pribadi, yang pada akhirnya mendorong munculnya perilaku konsumtif (Rahmawati, 2022). Perilaku konsumtif merujuk terhadap suatu pola tindakan yang cenderung melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan, yang didasari oleh dorongan keinginan subjektif ketimbang pertimbangan kebutuhan objektif. Peningkatan fenomena ini sejalan dengan kemajuan teknologi dan penetrasi media sosial, yang secara signifikan berkontribusi terhadap pembentukan pola hidup konsumtif, khususnya di kalangan generasi muda (Pratama et al., 2024). Perilaku ini tidak hanya berdampak pada kondisi keuangan individu, melainkan mencerminkan pola konsumsi masyarakat yang kurang bijak dalam mengelola sumber daya. Tingkat konsumtivitas masyarakat dipengaruhi oleh pola perilaku mereka dalam melakukan pembelian maupun pemanfaatan barang dan jasa.

Seseorang dapat membeli barang atau jasa berdasarkan kebutuhan atau keinginan. Namun, jika pembelian didorong oleh keinginan tanpa mempertimbangkan urgensi atau manfaat fungsional, hal tersebut tergolong berbagai aspek kehidupan, seperti pembelian produk kosmetik, makanan, pakaian, serta beragam kebutuhan lainnya. Fenomena ini tidak eksklusif pada satu jenis kelamin saja, karena baik laki-laki maupun perempuan secara umum memperlihatkan pola konsumsi yang serupa (Luas et al., 2023). Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan untuk mengonsumsi tanpa perencanaan rasional, dengan menitikberatkan pada aspek emosional seperti kebahagiaan dan kepuasan sesaat, serta dipengaruhi oleh gaya hidup, daripada mempertimbangkan urgensi atau kebutuhan yang nyata (Abadi et al., 2020).

Di samping itu, perilaku konsumtif juga menimbulkan berbagai dampak, yaitu konsekuensi yang muncul sebagai hasil dari suatu peristiwa atau pengalaman yang dialami individu maupun kelompok, baik dalam konteks sosial maupun profesional. Konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dan tidak terkendali secara berkelanjutan berpotensi menimbulkan implikasi negatif terhadap kondisi individu di masa mendatang (Septiansari & Handayani, 2021). Seiring dengan perkembangan zaman, perilaku konsumtif menjadi sesuatu yang sulit dihindari oleh seluruh lapisan masyarakat. Fenomena ini dipengaruhi oleh tingginya dorongan kebutuhan serta faktor emosional yang memperkuat kecenderungan masyarakat untuk terus mengonsumsi secara berlebihan (Afifah, 2022).

Salah satu faktor yang berperan dalam memengaruhi sekaligus mengendalikan perilaku konsumtif adalah tingkat literasi individu terhadap aspek perpajakan, khususnya terkait dengan PPN. Pemahaman mengenai PPN memegang peranan krusial dalam membentuk sikap konsumtif di kalangan masyarakat. Pemahaman yang baik mengenai PPN dapat mendorong konsumen untuk lebih selektif dan bijak dalam berbelanja, karena mereka menyadari bahwa setiap transaksi konsumsi barang dan jasa kena pajak akan meningkatkan beban pengeluaran (Sustiyo & Hidayat, 2020).

Dalam kondisi saat ini, gaya hidup memegang peranan penting di kalangan masyarakat. Seringkali, tindakan yang dilakukan bukan didasarkan pada kebutuhan esensial, melainkan lebih sebagai upaya untuk memenuhi keinginan pribadi serta mempertahankan status sosial atau gengsi (Luas et al., 2023). Gaya hidup dan perilaku konsumtif merupakan fenomena yang sering dijumpai dalam masyarakat. Gaya hidup berperan sebagai dasar pembentukan karakter individu. Kebutuhan hidup seseorang, yang meliputi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier, secara signifikan memengaruhi status ekonomi serta posisi sosial individu tersebut (Fitriyani et al., 2023).

Kemajuan teknologi telah mengalami perubahan yang substansial seiring waktu, mulai dari teknologi mekanis hingga memasuki era digital saat ini. Salah satu bidang yang

menunjukkan kemajuan pesat dan efisiensi tinggi adalah sektor finansial melalui inovasi teknologi finansial, yang dikenal dengan istilah fintech. Dompot digital merupakan salah satu implementasi fintech yang memanfaatkan jaringan internet sebagai alternatif metode pembayaran. Pemanfaatan dompet digital memberikan berbagai kemudahan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Inovasi ini memperoleh respons positif, khususnya dari generasi milenial Indonesia yang terbiasa mengintegrasikan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas perilaku konsumtif, sebagian besar studi sebelumnya cenderung meneliti variabel-variabel seperti literasi pajak, gaya hidup, dan penggunaan dompet digital secara terpisah atau dalam kombinasi terbatas. Namun, hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang secara bersama-sama mengkaji pengaruh literasi PPN, gaya hidup, dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif, khususnya dengan fokus pada kalangan mahasiswa di Kota Bandung. Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti berminat untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pentingnya literasi pajak pertambahan nilai (PPN) dalam mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dan peneliti memilih kota Bandung sebagai lokasi penelitian karena selain dianggap sebagai kota yang besar dan banyak dijadikan tujuan bagi individu untuk melanjutkan pendidikannya, kota Bandung juga terkenal dengan berbagai tempat menarik dan masyarakatnya yang ramah sehingga penulis tertarik melanjutkan penelitian dengan judul “Pengaruh literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Gaya Hidup, dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Bandung.”

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif secara umum merujuk pada penggunaan barang atau jasa secara berlebihan atau boros, di mana keinginan lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya, sehingga mencerminkan pola hidup yang cenderung berlebihan atau tidak terkontrol. Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan pembelian yang dilakukan bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan lebih didorong oleh pemenuhan keinginan atau hasrat pribadi (Afifah, 2022). Pola ini sering kali dilakukan secara berlebihan sehingga mengakibatkan pengeluaran biaya yang tidak terkendali. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang dalam melakukan konsumsi tanpa adanya batasan pada diri, seringkali didorong oleh faktor secara emosional dibandingkan pertimbangan yang sifatnya rasional, atau dengan pemberian prioritas yang lebih besar pada keinginan dibandingkan pada kebutuhan (Fitriyani et al., 2023).

### Literasi PPN

Literasi pajak merujuk pada kemampuan individu dalam membaca, menulis, mengelola informasi, serta memahami pengetahuan terkait bidang perpajakan sebagai bagian dari keterampilan hidup. Literasi pajak dapat diartikan sebagai kompetensi, baik secara teori maupun praktik, yang berkaitan dengan aspek perpajakan dan berpengaruh pada pengambilan keputusan seseorang (Auliasari, 2023). PPN menjadi salah satu sumber penerimaan negara yang utama, dikenakan atas konsumsi oleh masyarakat. PPN tergolong sebagai pajak tidak langsung yang dikenakan pada penyerahan barang atau jasa, di mana beban pajak tersebut pada akhirnya ditanggung oleh konsumen akhir (Azizah, 2020). Kewajiban perpajakan muncul saat terjadi transaksi penyerahan barang atau jasa yang dikenai pajak, yaitu dalam proses jual beli barang atau jasa tersebut. Apabila transaksi tersebut tidak terjadi, maka kewajiban perpajakan tidak akan muncul. (Ilham et.al, 2024).

## Gaya Hidup

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola kebiasaan individu dalam menghabiskan waktu luang, memanfaatkan waktu yang tersedia, serta cara menggunakan uang untuk memenuhi kebutuhan kesenangan pribadi. Gaya hidup ini dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan sekitar, seperti jumlah pusat perbelanjaan, interaksi sosial dengan orang-orang di sekitar, serta aktivitas yang diminati (Abdullah & Suja'i, 2022). Gaya hidup didefinisikan sebagai bagian dari kehidupan sosial seseorang atau individu yang semakin modern. Salah satu tren yang tengah marak adalah gaya hidup hedonis, yang ditandai oleh kecenderungan individu untuk menghabiskan waktu lebih banyak di luar rumah, melakukan aktivitas bersantai dan hiburan, menyukai keramaian perkotaan, memiliki kecenderungan membeli barang-barang mewah yang diminati, serta keinginan untuk menjadi pusat perhatian (Auskarni, 2021).

## Dompot Digital

Dompot digital adalah perangkat lunak yang menyimpan informasi untuk memfasilitasi transaksi pembayaran barang melalui situs web. Sebagai aplikasi berbasis server, penggunaan dompet digital memerlukan koneksi internet. Popularitas dompet digital di masyarakat meningkat seiring dengan kemudahan, kenyamanan, dan fitur-fitur yang ditawarkan, yang mendorong peningkatan transaksi digital. Tren ini juga selaras dengan perubahan pola hidup masyarakat yang kini cenderung lebih banyak melakukan aktivitas di dalam rumah. Dompot digital berperan dalam meningkatkan efisiensi proses pembayaran pada situs web dengan menghilangkan keharusan bagi pembeli (Sinaga et.al, 2024).

## Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

### 1. Pengaruh Literasi PPN, Gaya Hidup, dan Dompot Digital dengan Perilaku Konsumtif

Literasi PPN, gaya hidup, dan penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pemahaman PPN mendorong keputusan belanja yang lebih rasional, namun gaya hidup konsumtif dan kemudahan transaksi melalui dompet digital dapat meningkatkan perilaku belanja impulsif. Ketiganya saling berkaitan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Penelitian Hakim, (2025), mengemukakan bahwa digital payment meningkatkan perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan syariah dan gaya hidup yang bijak berpengaruh negatif signifikan, tetapi secara simultan semua variabel ini memengaruhi konsumtifitas mahasiswa Bandung.

**H1: Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Gaya Hidup, dan Dompot Digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

### 2. Pengaruh Literasi PPN dengan Perilaku Konsumtif

Literasi pajak mengacu pada kemampuan individu dalam memahami serta mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan di bidang perpajakan untuk mengambil keputusan secara bertanggung jawab, termasuk dalam memperkirakan dampak perpajakan dari keputusan tersebut. Menurut Sustiyo (2022), literasi pajak meliputi pemahaman yang dinamis mengenai perpajakan yang diaplikasikan dalam proses pengambilan keputusan, termasuk keputusan pembelian yang sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial mahasiswa. Penelitian Sustiyo (2022), Lingga et al (2024), Fahriansa (2025) menunjukkan pendapat bahwa literasi PPN berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman individu terhadap PPN dapat memengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan pembelian, termasuk kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

**H2: Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

### **3. Pengaruh Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif**

Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kesehariannya, termasuk bagaimana ia menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup mencerminkan interaksi individu dengan lingkungannya dan berbeda-beda di tiap masyarakat. Pada mahasiswa, gaya hidup bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh lingkungan, sehingga cenderung mengikuti tren dan perkembangan zaman (Sari, 2022). Penelitian Yuneline & Rosanti (2023), Sudiro & Asandimitra (2022), Jannah (2019) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin konsumtif gaya hidup seseorang, terutama dalam mengikuti tren dan keinginan, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut untuk melakukan pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan.

**H3: Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

### **4. Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dengan Perilaku Konsumtif**

Dompot digital merupakan alat pembayaran prabayar yang aman untuk transaksi daring, seperti belanja, makan, atau membeli tiket (Fikri, 2021). Penggunaannya terus meningkat seiring perkembangan teknologi dan kebutuhan. Bagi mahasiswa, dompot digital mempermudah transaksi online maupun offline. Namun, meski fitur-fiturnya menarik, mahasiswa tetap perlu bijak membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam penggunaannya. Penelitian Ambarsari & Asandimitra (2023), Abidzar et al (2023), Dewi (2024) menunjukkan pendapat bahwa penggunaan dompot digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Fenomena ini mengindikasikan bahwa kemudahan serta kenyamanan dalam pemanfaatan dompot digital dapat mendorong individu, khususnya generasi muda, untuk melakukan pembelian secara impulsif yang berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif.

**H4: Penggunaan Dompot Digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda (multiple regression) diterapkan pada penelitian ini dikarenakan populasi yang luas, Ketika masalah telah terdefinisi dengan jelas, teramati, dan dapat diukur dengan baik serta untuk meneliti sampel yang diambil dari populasi tersebut. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian yang disusun sistematis yang kemudian dianalisis secara kuantitatif/statistik karena data penelitian berupa angka dan bertujuan untuk menguji rumusan hipotesis. Penelitian kuantitatif umumnya memfokuskan pada hubungan kausal antara variabel dan objek yang diteliti, dengan menghasilkan variabel independen dan dependen yang kemudian dianalisis (Sugiyono, 2021).

Populasi merupakan hal penting yang berkaitan dengan sekelompok individu yang memiliki karakteristik yang sama dan menjadi dasar dalam pengumpulan data pada penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2021). Populasi tidak hanya berkaitan dengan makhluk hidup akan tetapi keseluruhan dari objek penelitian yang dianalisis, serta tidak hanya berkaitan dengan banyaknya jumlah objek yang mampu dianalisa termasuk dalam karakter yang dimiliki oleh objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa yang bertempat tinggal atau sedang menempuh studi di PTN yang berada di wilayah Kota Bandung, diantaranya Institut ITB, UNPAD, UPI, POLBAN, dan POLMAN.

Sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan sekelompok individu yang dipilih dari populasi untuk dianalisis, dengan tujuan agar temuan penelitian dapat digeneralisasikan dan mewakili karakteristik seluruh populasi (Sugiyono, 2021). Peneliti menggunakan purposive sampling karena memiliki kriteria-kriteria tertentu untuk menjadi dasar mendapatkan sampel dan kriteria dalam sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, karena ukuran populasi telah diketahui, yaitu berdasarkan jumlah mahasiswa di perguruan tinggi negeri yang berada di Kota Bandung. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 1 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Literasi PPN	100	20	40	32,76	3,739
Gaya Hidup	100	12	30	25,09	3,409
Dompot Digital	100	9	20	16,25	2,293
Perilaku Konsumtif	100	29	48	41,02	2,902
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Perhitungan yang dilakukan menggunakan software SPSS versi 25 yang tertera pada tabel 4.2 dilakukan terhadap seluruh variabel independen dan dependen dengan sampel yang berjumlah 100 seperti pada kolom kedua (N). Pengukuran yang dilakukan terhadap seluruh variabel menggunakan skala likert 1 sampai 5 yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Variabel Dependen (Perilaku Konsumtif)

Variabel perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan 10 item pernyataan yang menghasilkan skor total yang berkisar dari 29 (skor minimum) sampai dengan 48 (skor maksimum) dengan rata-rata (mean) 41,02. Sementara itu, standar deviasi variabel ini menunjukkan penyimpangan sebesar 2,902 dari nilai rata-rata jawaban responden terhadap item-item pernyataan perilaku konsumtif.

#### 2. Variabel Independen

##### a) Literasi PPN

Variabel literasi PPN diukur dengan menggunakan 8 item pernyataan yang menghasilkan skor total yang berkisar dari 20 (skor minimum) sampai dengan 40 (skor maksimum) dengan rata-rata (mean) 32,76. Sementara itu, standar deviasi variabel ini menunjukkan penyimpangan sebesar 3,739 dari nilai rata-rata jawaban responden terhadap item item pernyataan mengenai literasi PPN.

##### b) Gaya Hidup

Variabel gaya hidup diukur dengan menggunakan 6 item pernyataan yang menghasilkan skor total yang berkisar dari 12 (skor minimum) sampai dengan 30 (skor maksimum) dengan rata-rata (mean) 25,09. Sementara itu, standar deviasi variabel ini menunjukkan penyimpangan sebesar 3,409 dari nilai rata-rata jawaban responden terhadap item item pernyataan gaya hidup.

##### c) Dompot Digital

Variabel dompet digital diukur dengan menggunakan 4 item pernyataan yang menghasilkan skor total yang berkisar dari 9 (skor minimum) sampai dengan 20 (skor maksimum) dengan rata-rata (mean) 16,25. Sementara itu, standar deviasi variabel ini menunjukkan penyimpangan sebesar 2,293 dari nilai rata-rata jawaban responden terhadap item item pernyataan dompet digital.

## Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

Variabel	No.	R Hitung	Signifikansi	Keterangan
Literasi PPN (X1)	1	0,725**	0,000	Valid
	2	0,703**	0,000	Valid
	3	0,733**	0,000	Valid
	4	0,596**	0,000	Valid
	5	0,722**	0,000	Valid
	6	0,794**	0,000	Valid
	7	0,628**	0,000	Valid
	8	0,618**	0,000	Valid
Gaya Hidup (X2)	1	0,634**	0,000	Valid
	2	0,576**	0,000	Valid
	3	0,709**	0,000	Valid
	4	0,552**	0,000	Valid
	5	0,665**	0,000	Valid
	6	0,655**	0,000	Valid
Dompet Digital (X3)	1	0,740**	0,000	Valid
	2	0,736**	0,000	Valid
	3	0,859**	0,000	Valid
	4	0,832**	0,000	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	1	0,696**	0,000	Valid
	2	0,795**	0,000	Valid
	3	0,712**	0,000	Valid
	4	0,561**	0,000	Valid
	5	0,653**	0,000	Valid
	6	0,721**	0,000	Valid
	7	0,795**	0,000	Valid
	8	0,718**	0,000	Valid
	9	0,643**	0,000	Valid
	10	0,569**	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel memenuhi syarat validitas karena data dapat dikatakan valid jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ). Hal tersebut terlihat dari data hasil uji validitas bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 ( $<0,05$ ) maka dapat dikatakan valid. Hal ini juga menunjukkan bahwa alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

### 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Literasi PPN (X1)	0,831	8	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,700	6	Reliabel
Dompet Digital (X3)	0,798	4	Reliabel

Perilaku Konsumtif (Y)	0,875	10	Reliabel
------------------------	-------	----	----------

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen literasi PPN, gaya hidup, dompet digital, dan perilaku konsumtif masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha yaitu 0,831; 0,700; 0,798; dan 0,875. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel. Hasil uji dapat dikatakan reliabel jika menghasilkan Cronbach  $\alpha \geq 0,7$  (Budiastuti dan Bandur, 2018).

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.243089403
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.040
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Tabel di atas menyajikan data hasil uji one sample Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena memenuhi syarat yaitu nilai signifikansi di atas 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ).

### 2. Uji Multikolinearitas

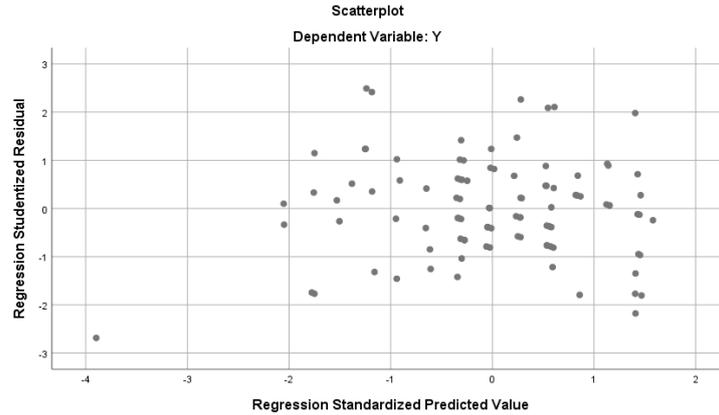
**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Literasi PPN	0,517	1,933
Gaya Hidup	0,807	1,239
Dompot Digital	0,561	1,784

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan bahwa literasi PPN, gaya hidup, dan dompet digital dalam penelitian ini masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,517; 0,807; dan 0,561. Nilai Tolerance tersebut di atas 0,10. Oleh karenanya, dapat disimpulkan bahwa model ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

### 3. Uji Heterokedastisitas



**Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan gambar di atas dapat diidentifikasi bahwa titik-titik secara acak menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak terindikasi jika dalam grafik tidak terdapat pola tertentu yang terlihat dan penyebarannya tidak di atas atau di bawah titik nol sumbu Y (Widana dan Muliani, 2020).

## Hasil Uji Hipotesis

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimates
1	0,546	0,299	0,277	2,469

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,299 yang berasal dari kolom R Square ( $R^2$ ). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap dependen sebesar 29,9%. Dengan kata lain, variabel independen yakni literasi PPN, gaya hidup, dan dompet digital memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen perilaku konsumtif sebesar 29,9%, sedangkan 70,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

#### 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 7 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248.945	3	82.982	13.617	.000 <sup>b</sup>
	Residual	585.015	96	6.094		
	Total	833.960	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Literasi PPN, Gaya Hidup, Dompet Digital

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 13,617. Nilai tersebut merupakan nilai  $F_{hitung}$  dari korelasi antara setiap variabel literasi PPN (X1), gaya hidup (X2,) dan dompet digital (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) secara keseluruhan dengan tingkat probabilitas Sig. 0,000. Nilai  $F_{hitung}$  (13.617), jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  2,46 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara literasi PPN (X1), gaya hidup (X2,) dan dompet digital (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y).

### 3. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8 Hasil Uji T

	Unstandardized B	Coefficients Std, Error	Starndardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	29,597	2,423		12,213	0,000
Literasi PPN	-0,019	0,092	-0,024	-0,205	0,838
Gaya Hidup	0,471	0,081	0,553	5,808	0,000
Dompot Digital	0,015	0,144	0,011	0,101	0,920

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Pengujian parsial (Uji-t) diidentifikasi dari nilai T yang terdapat pada tabel 4.11 di atas yang disebut sebagai thitung. Selanjutnya nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai ttabel. Nilai ttabel yang digunakan didapatkan dari nilai  $\alpha=5\%$  dan derajat kebebasan (df) sehingga mendapatkan hasil  $\alpha/2=0,025$  dan nilai df  $(n-k-1) = 100-3-1 = 96$ . Selanjutnya, nilai ttabel yang didapatkan dari  $(\alpha/2, (n-k-1)) = (0,025, 96)$  adalah 1,98498. Adapun interpretasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Literasi PPN (X1)

Berdasarkan nilai thitung pada tabel 4.11 terlihat bahwa nilai tersebut menunjukkan angka sebesar -0,205 dan nilai signifikansi sebesar 0,838. Nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ttabel memperoleh arti lebih kecil  $(-0,205 < 1,98498)$  sehingga  $H_1$  ditolak. Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara literasi PPN (X1) dengan perilaku konsumtif (Y).

#### 2. Gaya Hidup (X2)

Berdasarkan nilai thitung pada tabel 4.11 terlihat bahwa nilai tersebut menunjukkan angka sebesar 5,808 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ttabel memperoleh arti lebih besar  $(5,808 > 1,98498)$ , sedangkan nilai signifikansinya lebih kecil  $(0,000 < 0,050)$  sehingga  $H_2$  diterima. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara gaya hidup (X2) dengan perilaku konsumtif (Y).

#### 3. Dompot Digital (X3)

Berdasarkan nilai thitung pada tabel 4.11 terlihat bahwa nilai tersebut menunjukkan angka sebesar 0,101 dan nilai signifikansi sebesar 0,920. Nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ttabel memperoleh arti lebih kecil  $(0,101 < 1,98498)$  sehingga  $H_3$  ditolak. Hal ini menandakan bahwa tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara dompet digital (X3) dengan perilaku konsumtif (Y).

### Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Literasi Pajak Pertambahan Nilai, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil bahwa variabel literasi PPN, gaya hidup, dan dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung yang lebih besar dari  $t$  tabel ( $13,617 > 2,46$ ) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,050$ ) sehingga  $H_1$  diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya oleh Prasetyo dan Rachmawati (2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup dan kemudahan bertransaksi menjadi faktor pendorong utama meningkatnya konsumsi di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan untuk mengedukasi mahasiswa mengenai perilaku konsumsi yang bijak serta memperkuat literasi keuangan dan perpajakan agar mahasiswa dapat membuat keputusan finansial yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

### 2. Pengaruh Literasi Pajak Pertambahan Nilai terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian didapatkan hasil bahwa variabel literasi PPN tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji- $t$  bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil daripada  $t$  tabel dengan nilai signifikansi di atas  $0,050$  sehingga  $H_2$  ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi PPN tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Meskipun literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada kalangan mahasiswa tergolong baik, studi terkini menunjukkan bahwa pengetahuan pajak semata tidak cukup untuk mengubah perilaku konsumtif mereka. Penelitian Setiawan & Junianto (2025) pada mahasiswa akuntansi di Universitas Ciputra Surabaya menemukan bahwa secara langsung literasi perpajakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif nilai  $t$ -statistik variabel literasi perpajakan berada di bawah nilai kritis dengan koefisien non-signifikan ( $p > 0,05$ ). Temuan ini mempertegas bahwa pengetahuan pajak, tanpa dipadu pemahaman keuangan yang lebih luas, kurang efektif dalam mengendalikan konsumsi impulsif mahasiswa.

### 3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung yang lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,808 > 1,98498$ ) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,050$ ) sehingga  $H_3$  diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian Febrianti & Hastuti (2024) pada mahasiswa program studi ekonomi menunjukkan bahwa gaya hidup dalam hal ini dipengaruhi oleh media sosial seperti TikTok secara signifikan memperkuat kecenderungan konsumtif, dengan kontribusi gaya hidup bersama media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar  $78,1\%$ . Hal ini mencerminkan bahwa intensitas interaksi dengan tren digital dan gaya hidup hedonis

turut memicu keinginan membeli yang tidak semata-mata berdasarkan kebutuhan rasional.

#### 4. Pengaruh Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil bahwa variabel dompet digital tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji-t bahwa nilai thitung lebih kecil daripada ttabel ( $0,101 < 1,98498$ ) sehingga  $H_4$  ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel dompet digital tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Meskipun dompet digital menawarkan berbagai kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, beberapa penelitian menunjukkan bahwa dampaknya terhadap perilaku konsumtif bersifat tidak langsung atau bahkan tidak signifikan. Misalnya, Mariska et al (2024) menemukan bahwa layanan dompet digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Kabupaten Jember, dengan nilai t-statistik di bawah angka kritis sedangkan layanan paylater yang lebih “memicu” memang menunjukkan efek yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi melalui dompet digital saja belum cukup untuk mendorong konsumsi berlebihan tanpa adanya faktor tambahan seperti paylater atau gaya hidup hedonis.

## KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari literasi PPN, gaya hidup, dan dompet digital terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarluaskan melalui sosial media dan secara langsung dengan kriteria yang telah ditetapkan. Jumlah sampel yang ditetapkan adalah 100 responden. Adapun berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Gaya Hidup, dan Dompot Digital secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ftabel memperoleh arti lebih besar ( $13,617 > 2,46$ ) yang menyatakan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) diterima sehingga variabel Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Gaya Hidup, dan Dompot Digital secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ttabel memperoleh arti lebih kecil ( $-0,205 < 1,98498$ ) yang menyatakan bahwa hipotesis ( $H_2$ ) ditolak sehingga variabel literasi PPN tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan meskipun responden memiliki tingkat literasi PPN yang cukup baik, pemahaman tersebut tidak secara langsung mendorong atau menghambat perilaku konsumtif.
3. Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ttabel memperoleh arti lebih besar ( $5,808 > 1,98498$ ) yang menyatakan bahwa hipotesis ( $H_3$ ) diterima sehingga variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki seseorang yang tercermin dari pola konsumsi, preferensi merek, aktivitas sosial, hingga cara individu memandang kebutuhan dan keinginan maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku konsumtif, khususnya pada kalangan mahasiswa yang berada dalam tahap eksplorasi identitas diri dan pencarian eksistensi sosial.

4. Dompot digital tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung tersebut apabila dibandingkan dengan ttabel memperoleh arti lebih kecil ( $0,101 < 1,98498$ ) yang menyatakan bahwa hipotesis (H4) ditolak sehingga variabel dompet digital tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan akses dan penggunaan dompet digital tidak serta-merta mendorong peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, karena keputusan berbelanja lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, kebutuhan nyata, serta kontrol diri dalam pengelolaan keuangan dibandingkan dengan sekadar ketersediaan alat transaksi digital

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>
- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72-84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2018), 153-163.
- Afifah, N. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. 5(2), 385-405. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Ambarsari, M. D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 550-564. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim>
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 209-222. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396>
- Auliasari, R. P. (2023). PENGARUH KENAIKAN PPN 11%, KENAIKAN HARGA SEMBAKO DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT KOTA MADIUN. 3(1), 26-44.
- Azizah, N. S. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP PADA PERILAKU KEUANGAN PADA GENERASI MILENIAL. *Competition for California Water: Alternative Resolutions*, 01, 113-135. <https://doi.org/10.1558/ecotheology.v9i1.124>
- Dewi, A. A. (2024). The Effect of Digital Payment on Generation Z's Consumptive Behaviour. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(3), 75-85. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.321>
- Fahriansa, N. (2025). PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN), LITERASI KEUANGAN, DAN PENGGUNAAN E-WALLET TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MADIUN. 3(1), 117-135. [www.ajas.uoanbar.edu.iq](http://www.ajas.uoanbar.edu.iq)

- Febrianti, U. S., & Hastuti, M. A. S. W. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester Iv, Vi Dan Viii Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(9), 2294-2309. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.811>
- Fikri, A. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB USU. *Jurnal Komunika*, 18(2), 46-54.
- Fitriyani, I., Elly Karmeli, Usman, & Kamaruddin. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal TAMBORA*, 7(3), 73-79. <https://doi.org/10.36761/tambora.v7i3.3444>
- Hakim, S. L. N. (2025). Pengaruh Digital Payment, Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam di Kota Bandung.
- Irdawati. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP PERILAKU MENABUNG NASABAH PEKERJA MILLENIAL DI KOTA MAKASSAR MELALUI FINANCIAL TECHNOLOGY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Jadidah, W. N., Susmala, W. F., Wahono, P., & Pahala, I. (2025). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN, Literasi Pajak, dan Literasi Keuangan Terhadap Potensi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 16(01), 71-78. <https://doi.org/10.23887/jimat.v16i01.88618>
- Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 3(2), 117-124. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>
- Kwan, M. C., & Sarjono, B. (2024). Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Pada Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 2(03), 338-348.
- Latuheru, J. B. (2023). Pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak umkm di kota ambon yang dimoderasi oleh sanksi pajak. *Management Studies and Entrepreneurship ...*, 6(2), 81-99. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/3052%0Ahttps://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/download/3052/1623>
- Lingga, S. M., Sitompul, G. O., & Purba, H. (2024). The Influence Of Digital Marketing And VAT ( Value Added Tax ) Literacy On Consumer Purchasing Behavior. 12(3), 582-591.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1-7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Mariska, R. Y., Prastyowati, A. H., & Sholihin, M. R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, Dan Mental Accounting Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. *JAKUMA: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan*, 5(2), 103-120. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v5i2.1297>
- Pratama, F. B., Istanti, A. M., Sabita, L. E., Septiawan, S., Kustina, L., Bangsa, U. P., & Data, P. (2024). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital, Perlindungan Data, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Financial Technology. 02(03), 119-129.
- Rahmawati, G. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI MILLENIAL. *Prosiding SNAM PNJ*, 1-10.
- Ramadhan, I., Sriwijaya, U., & Sumatra, S. (2025). Cashless Society and Impulsive Buying : A Behavioral Accounting Perspective. 19(1), 1-16.

- Safitri, A. G., Adeati, D., Azzahro, A., & Ihsani, R. H. Al. (2022). Pengaruh E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 1(1), 45-54. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Santoso, A. T., & Ratnawati, J. (2023). PENGARUH PPN, PPnBM, DAN PKB DENGAN TARIF PROGRESIF TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Akuntansi*, 07(01), 88-98. <https://doi.org/10.26460/ad.v7i1>
- Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 231-242. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.3>
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53-65. <http://journal.lembagakita.org>
- Setiawan, M., & Junianto, Y. (2025). Literasi Keuangan : Mampukah Memoderasi Hubungan Literasi Perpajakan Terhadap Perilaku Konsumtif ? *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2321-2338. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5402>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160-172.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suseno, N. S., & Aulawi, H. (2024). The Digital Wallet Revolution: An Empirical Analysis of Its Effects on Mental Accounting and Financial Practices. *Khazanah Sosial*, 6(2), 334-341. <https://doi.org/10.15575/ks.v6i2.35392>
- Sustiyo, J. (2022). Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *Owner*, 6(1), 508-516. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.587>
- Sustiyo, J., & Hidayat, R. T. (2020). Literasi Keuangan Dan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Generasi Z. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)*, 3(1), 24-34. <https://doi.org/10.31092/jpi.v3i1.635>
- Syakhilah, A. F., Negeri, U. I., Utara, S., Fadilah, T., Islam, U., Sumatera, N., & Lestari, U. D. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 461-477. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3939>
- Yuneline, M. H., & Rosanti, M. F. C. (2023). The Role of Digital Finance, Financial Literacy, and Lifestyle on Financial Behaviour. *HOLISTICA - Journal of Business and Public Administration*, 14(2), 97-115. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2023-0018>