

Pengaruh *Cashless Society* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Akuntansi Dan S1 Manajemen Di Kabupaten Lamongan Dengan *Digital Payment* Sebagai Variabel Intervening

Melinda Sherly Fedita^a, Annita Mahmudah^b, Aranta Prista Dilasari^c

¹ITB Ahmad Dahlan Lamongan; sherlyfdtmelinda@gmail.com

²ITB Ahmad Dahlan Lamongan; Annitamahmudah@gmail.com

³ITB Ahmad Dahlan Lamongan; Arantadila8@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh cashless society terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan digital payment sebagai variabel perantara. Populasi dalam penelitian mencakup mahasiswa program studi S1 Akuntansi dan S1 Manajemen yang berada di wilayah Kabupaten Lamongan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*), dan jumlah responden yang terlibat sebanyak 95 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa cashless society memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui digital payment. Temuan ini menyoroti pentingnya literasi keuangan untuk mendukung adaptasi terhadap transaksi digital, agar mahasiswa dapat lebih cermat dalam mengelola keuangannya.

Kata Kunci: *Cashless society*, perilaku konsumtif, *digital payment*, mahasiswa, literasi keuangan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of a cashless society on students' consumptive behavior, with digital payment serving as an intervening variable. The population in this research consists of undergraduate students from the Accounting and Management study programs in Lamongan Regency. A quantitative approach was employed, using a simple random sampling technique, with a total sample of 95 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using SmartPLS 3.0 software. The results indicate that a cashless society significantly influences consumptive behavior, both directly and indirectly through digital payment. These findings highlight the importance of financial literacy in supporting the growth of digital transactions, enabling students to manage their finances more wisely.

Keywords: *Cashless society*, *consumptive behavior*, *digital payment*, *students*, *financial literacy*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek system pembayaran di Masyarakat. Cashless society atau Masyarakat nontunai adalah konsep Dimana transaksi dilakukan tanpa uang tunai, melainkan menggunakan alat pembayaran

elektronik seperti kartu kredit , kartu debit, atau dompet digital (Afiyah.,2024). Perkembangan ini didukung oleh tingginya penggunaan smartphone, internet, serta inovasi layanan digital seperti e-wallet dan mobile banking, yang menawarkan kecepatan dan efisiensi. Di Indonesia,

khususnya di kalangan mahasiswa S1 Akuntansi dan S1 Manajemen di Kabupaten Lamongan, penggunaan digital payment semakin meluas karena faktor kemudahan, promosi menarik, serta integrasi dengan kebutuhan sehari-hari.

Fenomena ini telah menjadi tren global, termasuk di Indonesia. Dengan semakin meluasnya fenomena *cashless society*, terutama di kalangan mahasiswa yang terbiasa dengan teknologi, muncul pertanyaan tentang dampak perubahan ini terhadap perilaku konsumtif mereka. Di satu sisi, metode pembayaran *digital* menawarkan kemudahan dan efisiensi yang meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, di sisi lain, fenomena ini juga berpotensi perkembangan *cashless society* di tanah air (Bank Indonesia, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Dharma, 2023) menunjukkan bahwa adopsi *cashless society* dapat memengaruhi pola pengeluaran individu, sedangkan menurut (Afiyah, 2024) menekankan bahwa kemudahan dalam bertransaksi dapat meningkatkan pembelian impulsif. Ini menimbulkan kekhawatiran bahwa mahasiswa yang terpapar pada *cashless society* mungkin lebih rentan terhadap pengeluaran yang tidak terkontrol, yang dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan mereka.

Saat ini terdapat fenomena *cashless society* terkait perilaku konsumtif mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa S1 Akuntansi dan S1 Manajemen di Kabupaten Lamongan. Peningkatan penggunaan metode pembayaran *digital*, seperti *e-wallet* dan *mobile banking*, telah membawa perubahan signifikan dalam cara mahasiswa berbelanja dan mengelola keuangan mereka. Penelitian (Izza, 2024) menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih sering menggunakan pembayaran non-tunai cenderung mengalami peningkatan pengeluaran konsumsi. Studi oleh (Riska, 2022) mengungkapkan bahwa kemudahan transaksi melalui aplikasi pembayaran digital dapat meningkatkan kecenderungan

mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif. Laporan menunjukkan bahwa 60% mahasiswa mengaku sering membeli barang tanpa perencanaan, yang mengindikasikan bahwa *cashless society* dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak sehat. Selain itu, penelitian oleh (Frizeay, 2023) menekankan bahwa promosi dan diskon yang sering diberikan oleh penyedia layanan pembayaran *digital* dapat memperkuat kecenderungan konsumtif mahasiswa. Dengan akses yang cepat dan mudah untuk bertransaksi, mahasiswa mungkin tidak lagi mempertimbangkan setiap pengeluaran dengan cermat, yang dapat mengarah pada pemborosan dan ketidakstabilan finansial.

Menurut (mawardi, 2023) Kemampuan literasi keuangan menjadi aspek penting yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama dalam menghadapi perkembangan menuju budaya *cashless society* yang semakin berkembang. Menurut Bank Indonesia (2019) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami konsep-konsep dasar keuangan serta memiliki keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi keuangan secara efisien. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam mengelola dampak penggunaan *digital payment* di era *cashless society*, terutama dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Dengan pemahaman yang baik tentang konsep keuangan, mahasiswa dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam memanfaatkan kemudahan pembayaran *digital*. Kemajuan teknologi yang memungkinkan transaksi cepat dan praktis melalui aplikasi *e-wallet* atau *mobile banking* sering kali mendorong pembelian impulsif, apalagi dengan adanya promosi seperti *cashback* dan diskon. Literasi keuangan membantu individu mengenali dampak jangka panjang dari pengeluaran tidak terencana serta mengajarkan pentingnya membuat anggaran dan prioritas belanja. Dalam konteks mahasiswa, peningkatan literasi keuangan dapat menjadi solusi strategi untuk mengoptimalkan manfaat *cashless society* tanpa mengorbankan

stabilitas keuangan, sehingga teknologi *digital payment* digunakan secara efektif dan bertanggung jawab.

Penelitian tentang pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dilakukan oleh Handayani (2024) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *cashless society* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Dharma (2023) dan Cahyani (2024), yang keduanya juga menemukan bahwa *cashless society* berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, hasil-hasil penelitian sebelumnya tidak selalu konsisten. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Ashilah dan Waluyo (2023) menunjukkan bahwa *cashless society* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini juga didukung oleh penelitian Lestari (2021), yang menyimpulkan bahwa *cashless society* tidak memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Pergeseran menuju *cashless society* di Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa, dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Salah satu penyebab utama adalah kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi yang memperluas akses ke layanan pembayaran *digital* (Mawardi, 2023). Menurut Bank Indonesia (2021), peningkatan penetrasi *smartphone* dan akses internet telah mempermudah penggunaan aplikasi *e-wallet* dan *mobile banking*, sehingga transaksi non-tunai menjadi lebih cepat dan mudah. Faktor lain yang berkontribusi adalah perubahan perilaku konsumen yang semakin menekankan efisiensi dan kenyamanan. Penelitian yang dilakukan oleh (Handayani, 2024) menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih metode pembayaran praktis untuk menghemat waktu. Keberadaan berbagai layanan pembayaran *digital* yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi juga meningkatkan adopsi *cashless society* di kalangan generasi muda. Selain itu, promosi dan insentif dari penyedia layanan pembayaran *digital*, seperti *cashback* dan

diskon, juga menjadi pendorong yang signifikan. (Izza, 2024) Menemukan bahwa promosi serta penampilan barang yang menarik dapat mendorong mahasiswa untuk berbelanja lebih banyak, sehingga berpotensi menimbulkan perilaku pemborosan.

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of planned behavior

Theory of Planned Behavior adalah pengembangan dari *Reasoned Action Theory*. Dalam *Reasoned Action Theory*, terdapat bukti ilmiah yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Kemudian, Ajzen (1988) menambahkan faktor baru, yaitu persepsi individu terhadap kemampuan mengendalikan perilaku (*perceived behavioral control*). Penambahan faktor ini menjadikan teori tersebut berkembang menjadi *Theory of Planned Behavior*.

Cashless Society

Menurut (Dharma, 2023) *Cashless society* adalah istilah yang merujuk pada masyarakat yang melakukan transaksi tanpa memakai uang fisik, melainkan dengan memanfaatkan transfer informasi keuangan secara digital. Dalam aktivitas transaksi sehari-hari, masyarakat menggantikan penggunaan uang fisik dengan uang digital.

Perilaku Konsumtif

Menurut (Riska, 2022) Perilaku adalah respon terhadap sesuatu yang terwujud dalam sikap, perbuatan dan ucapan. Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumtif yaitu mengkonsumsi secara berlebihan. Maka perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa secara berlebihan untuk kepuasan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan utamanya.

Menurut (Mawardi et al., 2023) Perilaku konsumtif diartikan sebagai

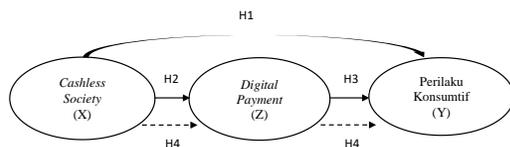
dorongan untuk membeli dan menggunakan barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan secara berlebihan, dengan tujuan memperoleh kepuasan yang maksimal. (Marlina et al., 2020) juga menyatakan bahwa perilaku konsumtif disebut sebagai *wasteful consumption*, yang berarti kebiasaan seseorang membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan, atau digunakan secara berlebihan melebihi apa yang wajar berdasarkan kebutuhan nyata.

Digital Payment

Menurut Anjar et al. (n.d.), digital payment merupakan sistem pembayaran yang dirancang khusus untuk memfasilitasi transaksi pembelian barang secara elektronik melalui internet. Sistem ini, yang juga dikenal sebagai digital payment atau mobile payment, menggunakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik, di mana nilai uang disimpan dalam media digital tertentu. Sementara itu, Grace dan Ayuningtyas (2024) menyebutkan bahwa pembayaran digital adalah metode transaksi berbasis teknologi yang tidak lagi memerlukan uang tunai atau cek, sehingga mempermudah proses pembayaran dan penerimaan uang secara digital dan daring.

Berdasarkan definisi tersebut, maka di simpulkan bahwa digital payment adalah metode pembayaran elektronik yang menggantikan peran uang fisik dalam transaksi keuangan, dengan seluruh proses dilakukan secara online.

Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H₁:Cashless society berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

H₂:Cashless society berpengaruh signifikan terhadap digital payment

H₃:Digital payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

H₄:Cashless society berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui digital payment

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang, menurut Sugiyono (2016), berlandaskan pada data berbentuk angka atau kuantitas. Penelitian sendiri merupakan rangkaian aktivitas sistematis dan objektif yang mencakup pengumpulan, pengolahan, analisis, serta penyajian data guna memecahkan suatu permasalahan atau menguji hipotesis sebagai dasar pengembangan prinsip-prinsip umum. Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif dapat dimaknai sebagai proses sistematis dan objektif dalam menghimpun serta menganalisis data numerik untuk menjawab suatu permasalahan atau menguji hipotesis tertentu.

Penelitian ini mengambil populasi dari mahasiswa semester 5 dan 7 program studi S1 Akuntansi dan S1 Manajemen yang berkuliah di wilayah Kabupaten Lamongan, dengan jumlah keseluruhan sebanyak 1.787 mahasiswa. Dari jumlah tersebut, dipilih 95 responden sebagai sampel penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2017:82), simple random sampling merupakan metode pengambilan sampel secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan tingkatan atau strata tertentu. Teknik ini dipilih karena peneliti melakukan pengacakan dari populasi yang besar.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa semester 5 dan 7 dari program studi S1 Akuntansi dan S1 Manajemen.

Pengukuran Variabel

1. *Cashless Society* (X)

Menurut Dharma (2023), *cashless society* adalah istilah yang menggambarkan masyarakat yang melakukan transaksi tanpa menggunakan uang fisik, melainkan dengan memindahkan informasi keuangan secara digital. Dalam aktivitas sehari-hari, masyarakat lebih memilih menggunakan uang digital daripada uang tunai. Sementara itu, menurut F. N. Afiah et al. (2024), beberapa indikator *cashless society* meliputi: (1) lebih higienis, (2) mudah dibawa ke mana saja, (3) kemudahan transaksi kapan pun dan di mana pun, (4) keamanan dari risiko pencurian, (5) transaksi lebih mudah dikontrol, dan (6) adanya berbagai promo menarik.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah dorongan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan fungsi barang tersebut, dan lebih dipengaruhi oleh keinginan serta gengsi daripada kebutuhan yang sesungguhnya (Mawardi et al., 2023). Menurut R. N. Afiah (2020) dan Riska (2022), indikator perilaku konsumtif meliputi: (1) pembelian secara impulsif, (2) pembelian yang tidak berdasarkan pertimbangan rasional, dan (3) pemborosan (*Wasteful Buying*).

3. Digital Payment

Digital payment merupakan cara melakukan pembayaran menggunakan media elektronik tanpa perlu menggunakan uang tunai atau cek dalam proses transaksinya (Grace & Ayuningtyas, 2024). Menurut Sa'da Hayati dan Malihah (2023), beberapa indikator digital payment meliputi: (1) kemudahan penggunaan yang dirasakan (perceived ease of use), (2) manfaat yang dirasakan (perceived usefulness), (3) tingkat kepercayaan (perceived credibility), (4) pengaruh sosial (social

influence), dan (5) niat berperilaku (behavior intentions).

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Alat analisis yang dipakai adalah perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Dalam penerapannya, metode SEM-PLS difokuskan pada pengujian outer model, inner model, serta pengujian hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Outer Model

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
CS (X)	0.672	Valid
PK (Y)	0.711	Valid
DG (Z)	0.697	Valid

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel yang ditampilkan, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE yang melebihi 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi kriteria *convergent validity*, karena setiap item dan nilai AVE dari masing-masing variabel berada di atas ambang batas yang ditetapkan, yaitu 0,5.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
CS (X)	0.961	0.955
PK (Y)	0.937	0.919
DG (Z)	0.958	0.952

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2 dalam uji reliabilitas dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian jika nilai setiap variable lebih dari 0.70 (Ghozali & Kusumadewi, 2016:28).

Koefisien Determinasi

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

	R Square
PK (Y)	0.870
DG (Z)	0.461

Sumber: data diolah (2025)

Pada tabel 3 diperoleh nilai *R-Square* perilaku konsumtif sebesar 0.870, hal ini berarti 87% dipengaruhi oleh *cashless society* dan *digital payment* dengan demikian model tergolong model substansial tergolong kuat sedangkan sisanya sebanyak 13% dipengaruhi variabel lain diluar yang diteliti. Sedangkan nilai *R-Square* digital payment sebesar 0.461% hal ini berarti 46,1% dipengaruhi oleh *cashless society* dengan demikian model tergolong model lemah sedangkan sisanya sebanyak 53,9% dipengaruhi variabel lain diluar yang diteliti.

Uji hipotesis

Tabel 4 hasil uji hipotesis

Peng aruh	Orig inal sam ple	T statis tics	P val ues	Hasil
X-> Y	0.147	2.362	0.009	Diter ima
X-> Z	0.679	6.790	0.000	Diter ima
Z->Y	0.827	17.167	0.000	Diter ima

Sumber: data diolah (2025)

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hipotesis pertama menunjukkan adanya

pengaruh positif antara variabel *cashless* terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai koefisien sebesar 0,147, t-statistik 2,362, dan p-value 0,009 yang menunjukkan signifikansi. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *cashless* juga memiliki pengaruh positif terhadap digital payment, dengan koefisien sebesar 0,679, t-statistik 6,790, dan p-value 0,000, yang berarti signifikan. Sementara itu, hipotesis ketiga menunjukkan bahwa digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien sebesar 0,827, t-statistik 17,167, dan p-value 0,000, yang juga signifikan.

Tabel 5 Specific Indirect Effects

Pengaruh	Original sampel	T statistic	P value
X->Z->Y	0.562	6.353	0.000

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa hipotesis *digital payment* mampu memediasi pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif dan menunjukkan arah pengaruh positif dengan nilai original sample sebesar 0.562, nilai t *statistics* sebesar 6.353 dan p-value sebesar 0.000.

Pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, *cashless society* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai t-statistik sebesar 2.362 dan p-value 0,009 (<0,05). Artinya bahwa *cashless society* memiliki yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Akuntansi dan S1 Manajemen di Kabupaten Lamongan. Semakin tinggi *cashless society* penggunaan uang elektronik maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku. Temuan ini diperkuat oleh hasil rata-rata responden

sebesar 4,3, yang menunjukkan bahwa penggunaan cashless society memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memantau dan mengelola pengeluaran mereka. Penelitian sebelumnya juga mendukung hasil ini (Astuti&Faujiah, 2023; Fadhil&Mayangsari,2022; Mawardi et al.,2023).

Pengaruh cashless society terhadap digital payment

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis cashless society berpengaruh positif dan signifikan terhadap digital payment, dengan t-statistik 6.790 dan p-value 0.000 (<0,05), sehingga H2 diterima. Artinya bahwa *cashless society* memiliki yang cukup besar terhadap *digital payment* terhadap mahasiswa S1 Akuntansi dan S1 Manajemen Kabupaten Lamongan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya *cashless society*, semakin meningkat pula penggunaan pembayaran digital di kalangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku. Dalam konteks *digital payment*, kemudahan akses dan penggunaan *e-wallet* membentuk sikap positif mahasiswa terhadap transaksi non-tunai, sementara norma sosial yang berkembang, seperti tren pembayaran *digital* dalam kehidupan sehari-hari, mendorong mereka untuk semakin mengadopsinya. Selain itu, persepsi terhadap kemudahan dan keamanan transaksi *digital* juga berperan dalam meningkatkan penggunaan *digital payment* (Ajzen, 2005). Temuan ini diperkuat oleh hasil rata-rata responden sebesar 4,3, yang ditunjukkan oleh indikator transaksi lebih mudah dikontrol. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan *cashless society* memberikan kemudahan dalam memantau dan mengelola transaksi secara digital. Penelitian sebelumnya juga mendukung hasil ini (Putri&Muizzudin,2022; Sari et al.2024).

Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai t-statistik sebesar 17.167 dan p-value 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya penggunaan *digital payment*, semakin tinggi pula tingkat konsumtif mahasiswa. Kemudahan transaksi, akses yang cepat, serta berbagai promo dan *cashback* yang ditawarkan oleh platform *digital payment* mendorong mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian, baik yang direncanakan maupun impulsif. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku. *Digital payment* memudahkan akses dan penggunaan *e-wallet* membentuk sikap positif mahasiswa terhadap transaksi non-tunai, sementara norma sosial yang berkembang, seperti tren belanja online dan berbagai promo menarik, mendorong mahasiswa untuk lebih sering menggunakannya. hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior*, di mana lingkungan dan persepsi terhadap kemudahan pembayaran *digital* berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (F. N. Afiyah et al., 2024).

Pengaruh chasless society terhadap perilaku konsumtif melalui digital payment

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa *digital payment* berperan dalam memediasi hubungan antara *cashless society* dan perilaku konsumtif mahasiswa. *Cashless society* yang semakin berkembang mendorong mahasiswa untuk lebih banyak menggunakan *digital payment*, terutama *e-wallet*, dalam berbagai transaksi. Kemudahan, kecepatan, serta berbagai promo dan diskon yang ditawarkan dalam transaksi *digital* semakin memperkuat kebiasaan konsumtif. Selain itu, tren pembayaran non-tunai yang semakin luas juga memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, di mana mereka cenderung lebih sering berbelanja tanpa mempertimbangkan pengeluaran secara mendalam. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan *digital payment* sebagai alat

transaksi utama, semakin besar pula dampaknya dalam memperkuat hubungan antara *cashless society* dan perilaku konsumtif mahasiswa (Andriani et al., 2023). Hal ini sesuai dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap tindakan tersebut, norma subjektif, dan persepsi individu terhadap kendali atas perilaku tersebut. *Digital payment* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *cashless society* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital payment* berperan dalam memediasi hubungan antara *cashless society* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin berkembangnya *cashless society*, semakin tinggi penggunaan *digital payment* dalam transaksi sehari-hari, terutama melalui *e-wallet*. Kemudahan transaksi *digital* memungkinkan mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian, terutama saat terdapat promo dan diskon dari *e-commerce*. Selain itu, dorongan sosial serta tren pembayaran non-tunai semakin memengaruhi kebiasaan konsumtif mereka. Dengan akses yang lebih praktis, cepat, dan fleksibel, mahasiswa cenderung melakukan transaksi lebih sering, bahkan secara impulsif, tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara mendalam. Oleh karena itu, *digital payment* menjadi faktor yang memperkuat hubungan antara *cashless society* dan peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa (Frizeay, 2023).

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh *cashless society* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan *digital payment* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil dari tahapan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa: *cashless society* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, *cashless society* juga memengaruhi penggunaan *digital payment*, *digital payment* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, serta terdapat pengaruh tidak langsung antara *cashless society* dan perilaku konsumtif melalui *digital payment* sebagai variabel perantara.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afyah, F. N., Irmayanti, E., & Lukiani, E. R. M. (2024). Pengaruh Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara Pgris Kediri Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 9, 458–471.
- [2] Afyah, R. N. (2020). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Tadris Ips Uin Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Fitk Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [3] Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*.
- [4] Anjar, P., Naluri, L., Sukma, M., & Nayudian, F. (N.D.). *Pengaruh Digital Payment Qris Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung*.
- [5] Ashilah, F., & Waluyo, B. (2023). Pengaruh Cashless Society, Gaya Hidup Dan Tingkat Religiositas Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Generasi Z. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen Pnj*, 4(1).
- [6] Cahyani, D., Suherman, A., & Noor, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Cashless Dan Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1238–1248.
- [7] Cahyani, D., Suherman, A., & Noor, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Cashless Dan Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1238–1248.
- [8] Frizeay, F. (2023). *Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Cashless Society Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus*

- Mahasiswa Di Purwokerto*). Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri.
- [9] Grace, G., & Ayuningtyas, N. P. W. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi Artificial Intelligence Oleh Mahasiswa Akuntansi Di Kota Batam. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 453–471.
- [10] Handayani, J. (2024). *Pengaruh Penggunaan Cashless Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- [11] Izza, A. (2024). *Pengaruh Financial Knowledge Dan Digital Payment Terhadap Financial Management Behavior Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi: Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- [12] Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*. Iain Ponorogo.
- [13] Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542.
- [14] Mawardi, M. A., Fakhriyya, F., & Trioko, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Cashless Society Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Blitar. *Eco-Entrepreneur*, 9(1), 1–11.
- [15] Riska, R. (2022). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Iain Parepare (Analisis Ekonomi Islam)*. Iain Parepare.
- [16] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.