



PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, INTENSITAS PENGGUNAAN  
MOBILE PAYMENT TERHADAP SPENDING HABITS

Oleh

Komang Trianingsih<sup>1</sup>, Luh Putu Mahyuni<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pendidikan Nasional

Email: <sup>1</sup>[komangtrianingsih46@gmail.com](mailto:komangtrianingsih46@gmail.com), <sup>2</sup>[Mahyuniluhputu@undiknas.ac.id](mailto:Mahyuniluhputu@undiknas.ac.id)

**Abstract**

The purpose of this study was to examine the impact of lifestyle and financial literacy on mobile payment usage intensity and spending habits. The population in this study is millennials using mobile payments in Indonesia. The number of samples in this study were 614 respondents. Data collection was conducted by distributing questionnaires to respondents. In this study, questionnaires were distributed online in the form of Google Sheets, using all types of social media. In this study, the analysis used was path analysis. The results show that lifestyle and financial knowledge have a significant positive impact on the intensity of mobile payment usage and spending habits. The intensity of mobile payment usage has a significant positive impact on spending habits. The study also found that lifestyle and financial literacy, as well as the intensity of millennials' use of mobile payments, indirectly influence spending habits. The conclusion of this study is that spending habits can be influenced by lifestyle, financial literacy, and the intensity of the use of mobile payments in the millennial generation in Indonesia.

**Keywords: Lifestyle, Financial Literacy, Mobile Payment Usage Intensity, Spending Habits**

**PENDAHULUAN**

Digitalisasi telah menjadi faktor utama perilaku konsumen yang mengarah pada cara hidup baru (Yang, Al Mamun, Mohiuddin, Nawi, & Zainol, 2021). Salah satu dampak nyatanya adalah penggunaan pola pembayaran digital sebagai cara untuk menjaga jarak atau *social distancing*. Sebelum adanya pandemi, pembayaran ini sudah mulai menyebar dan meningkat seiring dengan munculnya COVID-19 dan adanya *physical distancing* (Kamil & Istianingsih, 2020). Berdasarkan survei *PricewaterhouseCoopers* (PwC) pada *Global Consumer Insight 2020*, diketahui bahwa pembayaran mobile kini mulai memasuki gaya hidup masyarakat Indonesia. Dalam survei tersebut 47 persen responden di Indonesia mengungkapkan bahwa pernah menggunakan *smartphone* sebagai alat pembayaran. Jumlah ini meningkat 9% dibandingkan tahun

sebelumnya yang masih berkisar 38% (PWC, 2020).

*Mobile Payment* merupakan alat transaksi yang menggunakan internet dalam pembelian barang atau jasa sekaligus menyampaikan pesan menggunakan perangkat digital (Laudon & Laudon, 2015). *Mobile Payment* sering dikenal dengan nama *m-payment*, *mobile money transfer*, *mobile wallet*, dan *mobile money* (Gosal & Linawati, 2018). *Mobile Payment* menyederhanakan transaksi jual beli melalui penggunaan aplikasi *smartphone*, yang memungkinkan seseorang menyelesaikan belanja *online* dengan cepat dan tanpa kerumitan (Yang et al., 2021). Intensitas penggunaan *mobile payment* yang tinggi tersebut dapat berdampak terhadap *spending habits* atau kebiasaan/perilaku belanja (Gosal & Linawati, 2018; Kamil & Istianingsih, 2020).

*Spending habits* merupakan kebiasaan mengeluarkan atau membelanjakan uang. Dari



.....  
spending *habits* ini akan menimbulkan tingkat konsumsifitas yang tinggi dan berdampak buruk terhadap pengelolaan keuangan (Masrohatin & Khodijah, 2019). *Spending habits* atau perilaku belanja tidak pernah stabil, terutama di kalangan generasi milenial atau Gen Y (Zemke dalam Mahyuni, Yoga, Permana, & Setiawan, 2020).

Dewasa ini, penelitian terkait intensitas penggunaan *mobile payment* dan *spending habits* masih terbatas. Namun beberapa telah ditemukan, seperti penelitian Gosal & Linawati (2018) menemukan perubahan perilaku belanja dipengaruhi oleh intensitas penggunaan layanan *mobile payment*. Haryana & Novianti (2020) meneliti generasi milenial menemukan literasi keuangan berpengaruh terhadap intensitas penggunaan uang elektronik. Zahra & Anoraga (2021) meneliti perilaku konsumtif mahasiswa menemukan gaya hidup dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara Rahayu et al. (2022) meneliti perilaku *spending behavior* pada generasi milenial dipengaruhi oleh literasi keuangan. Penelitian lebih kompleks dilakukan Kamil & Istianingsih (2020) pada pengguna *mobile payment* di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek) ditemukan pengaruh langsung gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku belanja menunjukkan hasil yang signifikan. Namun, pengaruh tidak langsung untuk masing-masing variabel bebas berbeda. Gaya hidup menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung melalui intensitas penggunaan layanan pembayaran seluler sedangkan untuk literasi keuangan tidak terdapat pengaruh tidak langsung melalui intensitas penggunaan layanan pembayaran seluler.

Keterbatasan penelitian tersebut tentunya akan berdampak pada terbatasnya pemahaman intensitas penggunaan keuangan digital, terutama akan pentingnya hal tersebut. Dengan demikian, isu intensitas penggunaan keuangan digital masih sangat relevan dan sangat perlu dibahas dan diteliti. Berdasarkan penjelasan

dan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat intensitas penggunaan *mobile payment* dan *spending habits*, penelitian ini juga mencoba menguji kembali efek mediasi intensitas penggunaan *mobile payment* yang dilakukan Kamil & Istianingsih (2020) karena menghasilkan kesimpulan yang berbeda antara gaya hidup dan literasi keuangan. penelitian ini juga mencoba mengukur tingkat intensitas penggunaan *mobile payment* dan *spending habits* khususnya bagi generasi milenial. Penelitian ini juga melakukan langkah lebih lanjut dari penelitian Kamil & Istianingsih (2020), yang sebelumnya yang hanya menggunakan pengaruh signifikan saja, tanpa menentukan arah penelitian maka penelitian saat ini akan memberikan manfaat lebih lanjut, yaitu bahwa pengaruh tersebut adalah positif atau negatif sesuai dengan kajian empiris pendukung.

Perilaku generasi milenial identik dengan perilaku konsumtif sehingga rendah dalam hal pengelolaan keuangan. Fenomena ini menunjukkan perilaku kebiasaan belanja dapat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan *mobile payment*, gaya hidup, dan literasi keuangan.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh *Lifestyle* terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Payment***

Menurut Kamil & Istianingsih (2020), *lifestyle* merupakan pola konsumtif seperti membedakan antara orang-orang dengan total pengeluaran besar untuk makanan, atau teknologi canggih atau informasi intensif. Menurut Yang et al. (2021), gaya hidup dengan teknologi, yang terkait dengan pengalaman dan nilai sebelumnya, menunjukkan dampak langsung pada adopsi e-wallet. Jika konsumen terbiasa berinteraksi dengan aplikasi, mungkin akan berasumsi bahwa teknologi menawarkan kemudahan untuk membeli suatu produk. Hasil penelitian Yang et al. (2021) menunjukkan gaya hidup mempengaruhi niat untuk menggunakan e-wallet. Hasil penelitian Kamil



& Istianingsih (2020) juga menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *mobile payment*. Dengan demikian, hipotesis pertama yang diusulkan sebagai berikut.

**H1: *lifestyle* berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *mobile payment***

**Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Payment***

Individu percaya ketika menggunakan *e-payment* percaya bahwa meskipun tidak menggunakan uang tunai masih mampu mengelola keuangannya dengan baik (literasi keuangan). Hal inilah yang mendasari seseorang untuk ikut menggunakan *e-payment* dalam bertransaksi (Haryana & Novianti, 2020). Literasi keuangan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi intensitas penggunaan *mobile payment*. Hal ini karena literasi keuangan berhubungan pemahaman dan pengetahuan dalam diri seseorang untuk membantu dalam proses menentukan keputusan keuangan (Kamil & Istianingsih, 2020).

Pemahaman dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dapat memberikan kendali atas intensitas penggunaan *mobile payment*. Semakin tinggi individu memiliki literasi keuangan semakin bijaksana dalam intensitas penggunaan *mobile payment*. Hasil penelitian D. Setiawan, Darwanto, & Gunanto (2021) menunjukkan literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan niat perilaku pengguna teknologi keuangan. M. Setiawan et al. (2020) juga menunjukkan *digital financial literacy* secara positif mempengaruhi perilaku menabung generasi milenial. Hasil berbeda ditunjukkan Kamil & Istianingsih (2020) menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile payment*. Dengan demikian, hipotesis kedua yang diusulkan sebagai berikut.

**H2: literasi keuangan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *mobile payment***

**Pengaruh *Lifestyle* terhadap *Spending Habits***

Belanja merupakan cerminan gaya hidup seseorang dan sebagai bagian dari rekreasi kelompok sosial tertentu. Kemudahan penggunaan layanan *Mobile Payment* menjadi faktor peningkatan perilaku atau kebiasaan belanja (*spending habit*). Hasil penelitian Kamil & Istianingsih (2020) menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja. Dapat diartikan bahwa gaya hidup dan indikatornya yaitu aktivitas, minat dan pendapat memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan perilaku belanja.

Gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu yang relatif singkat ke arah yang lebih mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung menimbulkan biaya yang lebih tinggi karena tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan. Hasil penelitian Zahra & Anoraga (2021) menunjukkan gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku pembelian seseorang. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya atau dengan kata lain gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku kebiasaan belanja. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang diusulkan sebagai berikut.

**H3: *lifestyle* berpengaruh positif terhadap *spending habits***  
**Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Spending Habits***

Menurut teori TPB dikembangkan oleh Ajzen (1991), individu akan bertindak secara rasional dengan menggunakan semua informasi yang ada dan melakukan perhitungan baik secara langsung maupun tidak langsung (Rahayu et al., 2022). Oleh karena itu, tingkat



literasi keuangan digital seseorang juga akan mempengaruhi perilaku keuangan individu tersebut terutama dalam hal perilaku menabung, berbelanja, dan berinvestasi (Panos & Wilson, 2020; M. Setiawan et al., 2020)

Hasil penelitian Zahra & Anoraga (2021) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Kamil & Istianingsih (2020) juga menunjukkan bahwa literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *spending habit*. Hal tersebut ditegaskan oleh M. Setiawan et al. (2020), yang menyatakan bahwa dampak literasi keuangan digital terhadap perilaku keuangan seharusnya sama dengan dampak literasi keuangan non-digital. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan sebelumnya, dalam penelitian ini hipotesis keempat yang diajukan adalah bahwa tingkat literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja generasi milenial. Dalam hal ini, keputusan keuangan yang dibuat oleh generasi milenial dengan literasi keuangan yang tinggi lebih cenderung tidak mudah mengendalikan diri ketika harus berbelanja.

**H4: literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *spending habits***  
**Pengaruh Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* Terhadap *Spending Habits***

Intensitas penggunaan *mobile payment* diyakini dapat mempengaruhi perubahan *spending habits* generasi milenial. Hal ini dilandasi bahwa individu untuk semakin sering menggunakan layanan *mobile payment* untuk mempermudah dalam bertransaksi akan mendorong untuk lebih banyak membelanjakan uangnya (Gosal & Linawati, 2018).

Teori TPB memahami prediktor perilaku manusia terhadap potensi penerimaan atau penolakan perilaku, dalam hal ini adalah teknologi. Hasil penelitian Gosal & Linawati (2018) menunjukkan generasi millennial sudah sangat familiar dalam menggunakan layanan *mobile payment*. Hal yang akan meningkatkan intensitas penggunaan layanan *mobile payment* adalah manfaat, keamanan, dan pengaruh

lingkungan sosial. Sementara hasil penelitian Kamil & Istianingsih (2020) menunjukkan intensitas penggunaan Layanan Pembayaran Seluler tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Berbelanja. Dengan demikian, hipotesis kelima yang diusulkan sebagai berikut.

**H5: intensitas penggunaan *mobile payment* berpengaruh positif terhadap *spending habits***

**Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* Memediasi Pengaruh *Lifestyle* Terhadap *Spending Habits***

Masyarakat yang sering mengikuti tren terkini (gaya hidup) menjadi salah satu faktor yang mendukung penggunaan alat pembayaran nontunai dalam aktivitas sehari-hari, ditambah adanya kecepatan kinerja sistem teknologi dalam melakukan transaksi pembayaran *e-payment*, sehingga masyarakat berminat untuk menggunakan sistem pembayaran transaksi *e-payment* secara intens, juga menjadi faktor peningkatan perilaku atau kebiasaan belanja.

Beberapa penelitian sebelumnya memberikan kesimpulan yang belum konsisten mengenai pengaruh langsung antara pengaruh *lifestyle* terhadap intensitas penggunaan *mobile payment*, intensitas penggunaan *mobile payment* terhadap *spending habit*, dan *lifestyle* terhadap *spending habit* (Kamil & Istianingsih, 2020; Yang et al., 2021; Zahra & Anoraga, 2021), maka penelitian ini meyakini bahwa intensitas penggunaan *mobile payment* dapat memediasi pengaruh *lifestyle* terhadap *spending habit*. Dengan demikian, hipotesis keenam yang diusulkan sebagai berikut.

**H6: Intensitas penggunaan *mobile payment* memediasi pengaruh *lifestyle* terhadap *spending habits***

**Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Spending Habit***

Tingkat literasi keuangan tidak sepenuhnya menentukan masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran nontunai dalam aktivitas sehari-hari, hal ini dikarenakan





mayoritas masyarakat tidak memiliki pendapatan yang sama untuk digunakan dalam transaksi nontunai. Perubahan perilaku belanja masyarakat dipengaruhi oleh intensitas penggunaan layanan *mobile payment*. Pengguna layanan pembayaran seluler harus selalu mengontrol penggunaan pembayaran seluler untuk menghindari masalah pengeluaran yang berlebihan yang dapat mengakibatkan hilangnya peluang investasi untuk masa depan (Kamil & Istianingsih, 2020).

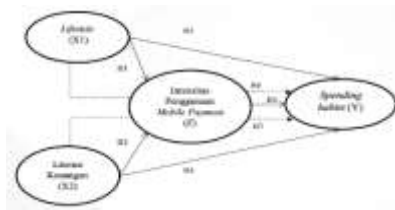
Atas pendapat tersebut penelitian ini meyakini bahwa dengan adanya intensitas penggunaan *mobile payment* dapat menjadi faktor keterlibatan antara pengaruh literasi keuangan terhadap kebiasaan berbelanja secara *online*. Hal ini didukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan pengaruh langsung antara variabel literasi keuangan, intensitas penggunaan *mobile payment*, dan *spending habits* masih belum konsisten (Kamil & Istianingsih, 2020; M. Setiawan et al., 2020; Zahra & Anoraga, 2021). Dengan demikian, hipotesis ketujuh yang diusulkan sebagai berikut.

**H7: Intensitas penggunaan *mobile payment* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap *spending habits***

**Kerangka Konseptual**

Berdasarkan hubungan antar variabel dan pengembangan hipotesis maka kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut.

**Gambar 1. Kerangka Konseptual**



Sumber: Olahan Peneliti

**METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang sudah pernah

menggunakan *mobile payment*. Jumlah populasi generasi milenial tidak diketahui maka digunakan penentuan sampel dengan teknik purposive sampling, dimana teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memiliki kriteria umur (rentang tahun kelahiran), dan kriteria yang sudah menggunakan layanan pembayaran *mobile payment*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 614 responden. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan secara *online* dalam bentuk *google form* dengan memanfaatkan semua jenis media sosial. Dalam Penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis jalur atau *path analysis* dengan berbantuan software smartPLS. Model jalur merupakan bentuk diagram yang digunakan untuk menampilkan hipotesis secara visual, dan hubungan variabel yang dianalisis. Adapun struktur penyusunan analisis jalur penggunaan SmartPLS:

1) Untuk mengukur seberapa reliabel indikator yang digunakan, digunakan pengukuran reliabilitas indikator dan reliabilitas konsistensi internal dari pengukuran dengan indikator reflektif. Suatu indikator dikatakan reliabel apabila indikator reliabilitas tersebut memiliki nilai minimal lebih dari 0,70. Kemudian mengukur nilai reliabilitas konsistensi internal dengan melihat jumlah reliabilitas komposit, nilai reliabilitas komposit harus di atas 0,70 agar variabel laten dapat dikatakan reliabel.

2) Untuk mengukur validitas suatu variabel laten, dilakukan dua uji validitas yang disebut validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dilihat berdasarkan nilai average variance extract (AVE) yang diperoleh melalui regresi partial least square. Nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 agar dapat dikatakan valid, Validitas diskriminan digunakan untuk mengukur kualitas alat ukur. Suatu konstruk dikatakan memiliki discriminant validity yang baik jika

nilai cross-loading korelasi suatu konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya.

3) Inner model dievaluasi untuk melihat seberapa kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai koefisien jalur antara 0 sampai 1. Semakin kuat angka koefisien jalur mendekati 1, berarti pengaruhnya variabel independen lebih kuat mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika nilai koefisien jalur mendekati -1, berarti variabel independen memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam melemahkan variabel dependen. Uji  $f$  square digunakan untuk melihat besarnya pengaruh pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Setelah itu koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada masing-masing variabel dependen dievaluasi dengan melihat persentase variansi yang dijelaskan yaitu dengan melihat  $R^2$  pada konstruk variabel dependen dengan menggunakan pengukuran  $R$ -square. Nilai  $R^2$  antara 0,25 – 0,50 berarti lemah, 0,50 – 0,75 berarti sedang, dan 0,75 ke atas berarti besar.

4) Pengujian Hipotesis: Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan bootstrapping untuk melihat  $t$ -statistics dan  $p$ -value dengan taraf signifikansi 5% (1,96). Sehingga kriteria menerima atau menolak hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak apabila  $t$ -statistic menunjukkan  $> 1,96$ , dan untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan nilai probabilitas,  $H_a$  akan diterima jika  $p$ -value  $< 0,05$ .

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis yang digunakan adalah analisis jalur atau *path analysis* menggunakan analisis dengan bantuan SmartPLS. Hasil analisis menunjukkan nilai  $R$ -Square Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* sebesar 0.290, artinya Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* dapat dijelaskan sebesar 29% oleh variabel Gaya Hidup, Literasi Keuangan, sedangkan 71% dijelaskan variabel yang lain. Adapun nilai  $R$ -Square *Spending habits* sebesar 0.559,

artinya *Spending habits* dapat dijelaskan sebesar 55,9% oleh variabel Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Intensitas Penggunaan *Mobile Payment*, sedangkan 44,1% dijelaskan variabel yang lain.

Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa nilai koefisien jalur pengaruh *Lifestyle* terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* sebesar 0,220 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Artinya, *Lifestyle* secara positif dan signifikan mempengaruhi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima**.

Nilai koefisien jalur pengaruh Literasi Keuangan terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* sebesar 0,394 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Artinya, Literasi Keuangan secara positif dan signifikan mempengaruhi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima**.

Nilai koefisien jalur pengaruh *Lifestyle* terhadap *Spending Habits* sebesar 0,578 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Artinya, *Lifestyle* secara positif dan signifikan mempengaruhi *Spending Habits* generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima**.

Nilai koefisien jalur pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Spending Habits* sebesar 0,179 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Artinya, Literasi Keuangan secara positif dan signifikan mempengaruhi *Spending Habits* generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis keempat ( $H_4$ ) diterima**.

Nilai koefisien jalur pengaruh Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* terhadap *Spending Habits* sebesar 0,117 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$  (signifikan). Artinya, Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* secara positif dan signifikan



mempengaruhi *Spending Habits* generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis kelima (H<sub>5</sub>) diterima.**

Nilai koefisien jalur tidak langsung pengaruh pengaruh *lifestyle* terhadap *spending habits* melalui mediasi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* sebesar 0,026 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,034 < 0,05$  (signifikan). Artinya, Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* mampu memediasi pengaruh *lifestyle* terhadap *spending habits* pada generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis keenam (H<sub>6</sub>) diterima.**

Nilai koefisien jalur tidak langsung pengaruh pengaruh literasi keuangan terhadap *spending habits* melalui mediasi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* sebesar 0,046 (bersifat positif) dengan nilai signifikansi  $0,023 < 0,05$  (signifikan). Artinya, Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap *spending habits* pada generasi milenial di Indonesia. Dengan demikian **hipotesis ketujuh (H<sub>7</sub>) diterima.**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Lifestyle* secara positif dan signifikan mempengaruhi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* generasi milenial di Indonesia. Hasil positif menegaskan bahwa gaya hidup generasi milenial di Indonesia dengan perilaku memanfaatkan sebagian waktu untuk berbelanja, menghabiskan akhir pekan untuk berbelanja, rela mengeluarkan sejumlah uang untuk berbelanja, menyukai berbelanja di *mobile payment*, dan berbelanja di *mobile payment* merupakan kebiasaan, lebih percaya *mobile payment* daripada transaksi lainnya, dan mengikuti tren transaksi menggunakan *mobile payment*, maka generasi milenial di Indonesia akan menggunakan layanan *mobile payment* rutin setiap bulannya dengan intensitas yang sering. Menurut Kamil & Istianingsih (2020), *lifestyle* merupakan pola konsumtif seperti penggunaan atau teknologi canggih atau informasi intensif. Menurut Yang et al. (2021), gaya hidup dengan teknologi, yang terkait

dengan pengalaman dan nilai sebelumnya. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian Yang et al. (2021) menunjukkan gaya hidup mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Kamil & Istianingsih (2020) juga menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan *mobile payment*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan secara positif dan signifikan mempengaruhi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* generasi milenial di Indonesia. Hasil signifikan menunjukkan bahwa pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pribadi secara digital melalui penggunaan *mobile payment* akan mempengaruhi perubahan intensitas dalam penggunaan *mobile payment*. Pemahaman dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dapat memberikan kendali atas intensitas penggunaan *mobile payment*. Semakin tinggi individu memiliki literasi keuangan semakin bijaksana dalam intensitas penggunaan *mobile payment*. Hasil temuan ini mendukung penelitian D. Setiawan et al. (2021) menunjukkan literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan niat perilaku pengguna teknologi keuangan. Hasil ini juga mendukung temuan M. Setiawan et al. (2020) juga menunjukkan *digital financial literacy* secara positif mempengaruhi perilaku menabung generasi milenial. Sementara hasil ini tidak mendukung penelitian Kamil & Istianingsih (2020) menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile payment*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup secara positif dan signifikan mempengaruhi *spending habits* generasi milenial di Indonesia. Hasil positif menjelaskan bahwa generasi milenial di Indonesia dengan memanfaatkan sebagian waktu untuk berbelanja, menghabiskan akhir pekan untuk berbelanja, rela mengeluarkan sejumlah uang untuk berbelanja, menyukai berbelanja di



.....  
*mobile payment*, dan berbelanja di *mobile payment* merupakan kebiasaan, lebih percaya *mobile payment* daripada transaksi lainnya, dan mengikuti tren transaksi menggunakan *mobile payment* maka akan cenderung melakukan kebiasaan mengeluarkan atau membelanjakan uangnya melalui layanan *mobile payment* secara irrasional. Hasil signifikan menunjukkan bahwa cara hidup yang konsumtif diprediksi kuat dan memberikan dampak nyata akan mempengaruhi kebiasaan mengeluarkan atau membelanjakan uangnya melalui layanan *mobile payment* secara irrasional. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kamil & Istianingsih (2020) menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja. Mendukung pula hasil penelitian Zahra & Anoraga (2021) menunjukkan gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku pembelian seseorang.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan secara positif dan signifikan mempengaruhi *spending habits* generasi milenial di Indonesia. Dimana penelitian ini menyatakan bahwa, ketika generasi milenial memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik, maka *spending habits* pun semakin tinggi. Generasi milenial di Indonesia yang memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik justru lebih banyak belanja membelanjakan atau menghabiskan uang untuk keperluan yang tidak penting karena ada faktor perilaku keuangan yang terkadang membuat dirinya bertindak irasional, sehingga membuat perilaku konsumtifnya tinggi. Teori perilaku terencana (TPB) mendukung temuan ini, dan bahkan ketika informasi diproses dengan benar, banyak penelitian telah menyimpulkan bahwa individu cenderung menggunakan informasi ini dalam bias perilaku ini untuk membuat keputusan yang tidak sepenuhnya rasional. Hasil temuan ini mendukung penelitian Zahra & Anoraga (2021) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Ementara hasil penelitian

Kamil & Istianingsih (2020) juga menunjukkan bahwa literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *spending habit*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *mobile payment* secara positif dan signifikan mempengaruhi *spending habits* generasi milenial di Indonesia. Intensitas penggunaan *mobile payment* diyakini dapat mempengaruhi perubahan *spending habits* generasi milenial. Hal ini dilandasi bahwa individu untuk semakin sering menggunakan layanan *mobile payment* untuk mempermudah dalam bertransaksi akan mendorong untuk lebih banyak membelanjakan uangnya (Gosal & Linawati, 2018). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Gosal & Linawati (2018) menunjukkan generasi millennial sudah sangat familiar dalam menggunakan layanan *mobile payment*.

Hasil hipotesis menemukan bahwa gaya hidup generasi milenial secara tidak langsung mempengaruhi *spending habits* melalui intensitas penggunaan *mobile payment*. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa generasi milenial yang sering mengikuti tren terkini (gaya hidup) menjadi salah satu faktor yang mendukung penggunaan alat pembayaran nontunai dalam aktivitas sehari-hari, ditambah adanya kecepatan kinerja sistem teknologi dalam melakukan transaksi pembayaran *e-payment*, sehingga masyarakat berminat untuk menggunakan sistem pembayaran transaksi *e-payment* secara intens, sehingga peningkatan perilaku atau kebiasaan belanja yang tidak stabil. Berdasarkan Teori TPB dan penelitian sebelumnya, *lifestyle* memiliki pengaruh paradoks terhadap *spending habits*, sehingga sulit untuk menjelaskan hubungan langsung antara *lifestyle* terhadap *spending habits*. Oleh karena itu diperlukan variabel-variabel mediator, seperti intensitas penggunaan *mobile payment* (Kamil & Istianingsih, 2020). Selain itu, generasi milenial dengan intensitas penggunaan yang tinggi akan semakin meningkatkan perilaku atau kebiasaan belanja yang tinggi pula. Gaya hidup yang mengikuti





tren akan memudahkan generasi milenial mengakses penggunaan *mobile payment*, membuat generasi milenail semakin intensitas penggunaan *mobile payment* yang tinggi, sehingga berdampak pada peningkatan perilaku atau kebiasaan belanja yang tidak penting.

Hasil hipotesis menemukan bahwa literasi keuangan generasi milenial secara tidak langsung mempengaruhi *spending habits* melalui intensitas penggunaan *mobile payment*. Berdasarkan Teori TPB dan penelitian sebelumnya, literasi keuangan memiliki pengaruh paradoks terhadap *spending habits*, sehingga sulit untuk menjelaskan hubungan langsung antara literasi keuangan terhadap *spending habits*. Oleh karena itu diperlukan variabel-variabel mediator, seperti intensitas penggunaan *mobile payment* (Kamil & Istianingsih, 2020). Hasil uji hipotesis menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan *mobile payment*. Hasil penelitian ini menegaskan tingkat literasi keuangan menjadi penentu bagi generasi milenial dalam menggunakan alat pembayaran nontunai dalam aktivitas sehari-hari ditambah kemudahan penggunaan layanan *Mobile Payment* juga menjadi faktor dalam meningkatkan perilaku atau kebiasaan belanja (*spending behavior*). Hal ini didukung penelitian ini mayoritas responden melakukan pengeluaran per bulan adalah 5 juta - 14 juta (27%), sehingga intensitas penggunaan Layanan Pembayaran Seluler telah menjadi tren dan berperan dalam mempengaruhi kebiasaan berbelanja (*spending habit*).

## PENUTUP

### Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *lifestyle* dan literasi keuangan secara positif dan signifikan mempengaruhi Intensitas Penggunaan *Mobile Payment* dan *spending habits*. Intensitas penggunaan *mobile payment* secara positif dan signifikan mempengaruhi *spending habits*. Penelitian ini juga menemukan gaya hidup dan literasi keuangan

juga generasi milenial secara tidak langsung mempengaruhi *spending habits* melalui intensitas penggunaan *mobile payment*. Implikasi hasil penelitian ini adalah penyedia layanan *Mobile Payment* kepada masyarakat agar memberikan informasi dan sosialisasi yang transparan dalam membelanjakan uangnya agar masyarakat selalu mengontrol penggunaan pembayaran seluler untuk menghindari masalah pengeluaran yang berlebihan yang dapat mengakibatkan hilangnya peluang investasi untuk masa depan. Keterbatasan penelitian ini adalah faktor-faktor yang memengaruhi *spending habits* hanya menggunakan variabel *lifestyle*, literasi keuangan intensitas penggunaan *Mobile Payment*. Rekomendasi bagi pengembangan penelitian mendatang diharapkan menambahkan variabel faktor lain yang mempengaruhi intensitas penggunaan Layanan Pembayaran Seluler dan *spending habit* dengan mengembangkan pada sampel generasi sebelum dan setelahnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior. *Seminar Nasioanl dan Call for Papers (SENIMA 3)*, (Senima 3), 455–465.
- [2] Haryana, R. D. T., & Novianti, R. (2020). The Intensity of Using E-Money by Testing Theory of Planned Behavior and Financial Literacy (Case Study on Millennial Generation in East Java). *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 9(10), 45–52. <https://doi.org/10.35629/8028-0910034552>
- [3] Kamil, I., & Istianingsih. (2020). Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services. *TEST Engineering & Management*, 83(29120), 29120–29132.

- [4] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2015). *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital* (L. Sugito, M. A. Rindy, & R. Sarawati, Penerj.). Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Mahyuni, L. P., Yoga, I. M. S., Permana, G. P. L., & Setiawan, I. W. A. (2020). Bagaimana Bisnis Eco-Park Menarik Minat Milenial? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi Milenial Mengunjungi Eco-Park. *Forum Ekonomi*, 22(2), 218–231.
- [6] Masrohatin, S., & Khodijah, S. (2019). Spending Habits: Dimensi Sosial Ekonomi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan Masyarakat Pesisir Pantai Selatan Muncar Banyuwangi. *Fenomena*, 18(2), 238–250.
- [7] Panos, G. A., & Wilson, J. O. S. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. *The European Journal of Finance*, 26(4–5), 297–301. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1717569>
- [8] PWC. (2020). Pesatnya perubahan perilaku konsumen di tahun 2020 mendorong perubahan tren digital, kesehatan, dan keberlanjutan, menurut PwC global. Diambil 13 Maret 2022, dari <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2020/indonesian/pesatnya-perubahan-perilaku-konsumen-di-tahun-2020-mendorong-perubahan-tren-digital-kesehatan-dan-keberlanjutan.html>
- [9] Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>
- [10] Setiawan, D., Darwanto, D., & Gunanto, E. Y. A. (2021). Determinants of Behavioral Intentions to Use Sharia Financial Technology (Fintech). *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(2), 325–342. <https://doi.org/10.15408/sjie.v10i2.21451>
- [11] Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., & Dewi, V. I. (2020). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- [12] Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- [13] Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>

## LAMPIRAN

**Tabel 1.**

**Uji Pengaruh *Lifestyle* terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Payment***

Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
Gaya Hidup - > Intensitas	0.220	0.000	Positif & Signifikan

**Tabel 2**

**Uji Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Intensitas Penggunaan *Mobile Payment***

Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
Literasi -> Intensitas	0.394	0.000	Positif & Signifikan



**Tabel 3**  
**Uji Pengaruh Lifestyle terhadap Spending Habits**

Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
Gaya Hidup -> Spending Habits	0.578	0.000	Positif & Signifikan

**Tabel 4**  
**Uji Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Spending Habits**

Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
Literasi -> Spending Habits	0.179	0.000	Positif & Signifikan

**Tabel 5**  
**Uji Pengaruh Intensitas Penggunaan Mobile Payment terhadap Spending Habits**

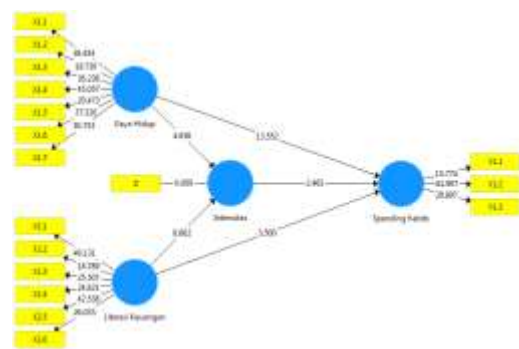
Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
Intensitas -> Spending Habits	0.117	0.014	Positif & Signifikan

**Tabel 6**  
**Uji Mediasi Intensitas Penggunaan Mobile Payment pada Pengaruh Lifestyle Terhadap Spending Habits**

Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Signifikansi
Gaya Hidup -> Intensitas -> Spending habits	0.026	0.034	Positif & Signifikan

**Tabel 7**  
**Uji Mediasi Intensitas Penggunaan Mobile Payment pada Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Spending Habits**

Uji Statistik	Path Coefficient	P-Value	Signifikansi
Literasi -> Intensitas -> Spending habits	0.046	0.023	Positif & Signifikan



**Gambar 1**  
**Hasil Uji Inner Model**



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN