

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SELF-CONTROL TERHADAP IMPULSIVE BUYING
DENGAN PENGGUNAAN CASHLESS PAYMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWAIntan Putri Aulia¹¹Program Studi Manajemen, Universitas PamulangEmail: intanputriaulia662@gmail.com

ABSTRAK

Mahasiswa termasuk kelompok yang paling terbiasa memakai pembayaran nontunai, sehingga keputusan belanja bisa terjadi lebih cepat dan tanpa banyak pertimbangan. Literasi keuangan dan *self-control* sering disebut sebagai faktor yang dapat menahan pembelian impulsif, tetapi hasil penelitian terdahulu belum seragam. Tujuan artikel ini adalah mengkaji pengaruh literasi keuangan dan *self-control* terhadap *impulsive buying* serta melihat peran penggunaan *cashless payment* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa. Metode yang dipakai adalah *systematic literature review* terhadap 15 artikel yang terbit pada tahun 2024-2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa literasi keuangan cenderung berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying*, sedangkan *self-control* lebih sering berpengaruh negatif tetapi tidak selalu signifikan. Penggunaan pembayaran digital konsisten meningkatkan kecenderungan belanja impulsif. Bukti mengenai peran mediasi *cashless payment* masih terbatas dan belum konsisten, sehingga perlu diuji lebih lanjut dengan data empiris.

Kata kunci: Literasi Keuangan; *Self-Control*; *Impulsive Buying*; *Cashless Payment*; Mahasiswa

ABSTRACT

University students are among the people most used to cashless transactions, so shopping decisions can be made faster and with less consideration. Financial literacy and self-control are often seen as factors that can hold back impulsive purchases, but the results of previous studies are not yet consistent. This article aims to review the influence of financial literacy and self-control on impulsive buying and to examine the role of cashless payment usage as a mediating variable among university students. The method used is a systematic literature review of 15 articles published between 2024 and 2026. The review shows that financial literacy tends to have a negative effect on impulsive buying, while self-control more often has a negative effect that is not always significant. The use of digital payments consistently increases the tendency toward impulsive shopping. Evidence on the mediating role of cashless payment is still limited and inconsistent, so it needs to be tested further with empirical data.

Keywords: Financial Literacy; *Self-Control*; *Impulsive Buying*; *Cashless Payment*; University Students

Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagirism checker no 80

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

Perkembangan teknologi keuangan mengubah cara orang membayar. Dompot digital, QRIS, dan *paylater* sekarang dipakai dalam belanja sehari-hari, termasuk oleh mahasiswa yang memang akrab dengan ponsel dan *e-commerce*. Pembayaran nontunai memang praktis, tetapi kemudahan itu juga punya sisi lain. (Fitriyani & Afrizal, 2024) menemukan bahwa kemudahan

pembayaran nontunai mempercepat keputusan belanja, sehingga pembelian bisa terjadi dengan cepat tanpa direncanakan.

Pembelian yang tidak direncanakan ini dikenal sebagai *impulsive buying*. Rook dan Fisher (1995) menjelaskan *impulsive buying* sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan tanpa pertimbangan yang matang. Bagi mahasiswa yang umumnya belum punya penghasilan tetap, kebiasaan ini bisa mengganggu pengelolaan uang saku. (Nathania & Koentary, 2026) bahkan menyoroti bahwa pengguna Shopee *PayLater* yang masih berstatus mahasiswa rentan terhadap beban keuangan yang tidak terkendali akibat belanja impulsif.

Dua faktor yang sering dikaitkan dengan *impulsive buying* adalah literasi keuangan dan *self-control*. Literasi keuangan berkaitan dengan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengelola keuangan (Chen & Volpe, 1998), sedangkan *self-control* adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan keadaan dan reaksinya sendiri (Baumeister, 2002). Secara logika, mahasiswa yang paham keuangan dan mampu mengendalikan diri seharusnya lebih jarang berbelanja impulsif.

Namun hasil penelitian terdahulu tidak selalu sejalan. (Simarmata Elita et al., 2024) dan (Istiqomah et al., 2026) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku belanja, tetapi (Setiyani & Suratno, 2026) tidak menemukan pengaruh yang signifikan, dan (Aminah et al., 2026) malah menemukan pengaruh positif. Hal serupa terjadi pada *self-control*. (Nathania & Koentary, 2026) menemukan pengaruh negatif yang signifikan, sedangkan (Istiqomah et al., 2026) menemukan *self-control* tidak berpengaruh signifikan.

Selain itu, peran *cashless payment* sebagai penghubung antara literasi keuangan, *self-control*, dan *impulsive buying* masih jarang diuji. (Azizah & Bangsa, 2024) memang menempatkan penggunaan Shopee Paylater sebagai variabel intervening, tetapi hasilnya tidak signifikan. Penelitian lain lebih banyak memakai mediator berbeda, seperti *pain of paying* (Yahfi et al., 2025) shopping habits (Widiastuti & Sumastuti, 2025) atau motivasi hedonis (Widyastuti et al., 2026) Berdasarkan hal tersebut, artikel ini bertujuan mengkaji pengaruh literasi keuangan dan *self-control* terhadap *impulsive buying* serta melihat peran penggunaan *cashless payment* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa berdasarkan hasil penelitian terdahulu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam artikel ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa berdasarkan penelitian terdahulu?
- 2) Bagaimana pengaruh *self-control* terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa berdasarkan penelitian terdahulu?
- 3) Bagaimana pengaruh penggunaan *cashless payment* terhadap *impulsive buying*, dan apakah *cashless payment* dapat berperan sebagai variabel mediasi?
- 4) Bagaimana kerangka konseptual dan hipotesis yang dapat dirumuskan untuk penelitian kuantitatif berdasarkan hasil kajian tersebut?

KAJIAN TEORITIS

Impulsive Buying

Impulsive buying adalah pembelian yang terjadi secara spontan karena dorongan yang kuat untuk segera membeli, tanpa pertimbangan yang matang (Rook & Fisher, 1995). Pembelian

seperti ini biasanya digerakkan oleh dorongan emosi, bukan oleh kebutuhan. Pada sebagian penelitian yang dikaji, istilah yang dipakai adalah perilaku konsumtif, yang maknanya berdekatan karena sama-sama menggambarkan belanja yang tidak didasarkan pada kebutuhan.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan baik (Chen & Volpe, 1998). Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik diharapkan bisa membedakan kebutuhan dan keinginan, menyusun anggaran, dan memahami akibat dari penggunaan layanan seperti *paylater*. Karena itu, literasi keuangan dianggap bisa menekan kecenderungan belanja impulsif.

Self-Control

Self-control atau kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengubah dan mengendalikan keadaan serta reaksinya sendiri (Baumeister, 2002). Dalam konteks belanja, orang dengan *self-control* yang rendah lebih sulit menahan godaan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak direncanakan. Baumeister (2002) juga mengaitkan kegagalan *self-control* dengan pembelian impulsif.

Cashless Payment

Cashless payment adalah pembayaran yang dilakukan tanpa uang tunai, misalnya lewat dompet digital, QRIS, atau *paylater* (Fitriyani & Afrizal, 2024); (Simarmata Elita et al., 2024) Prelec dan Loewenstein (1998) memperkenalkan konsep *pain of paying*, yaitu rasa tidak nyaman saat mengeluarkan uang. Pada pembayaran nontunai rasa tidak nyaman itu cenderung berkurang, sehingga hambatan psikologis untuk membeli ikut mengecil (Yahfi et al., 2025)

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior dari Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Teori ini dipakai oleh (Setiyani & Suratno, 2026) serta (Istiqomah et al., 2026) untuk menjelaskan bahwa literasi keuangan dan *self-control* dapat memengaruhi *impulsive buying*. Dalam artikel ini, teori tersebut dipakai sebagai dasar bahwa pengetahuan dan kontrol diri membentuk perilaku belanja, sedangkan *cashless payment* berperan sebagai faktor yang mempermudah perilaku itu muncul.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka (*literature review*). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari artikel jurnal dan prosiding yang membahas literasi keuangan, *self-control*, penggunaan *cashless payment*, dan *impulsive buying* atau perilaku konsumtif. Pencarian artikel dilakukan secara daring melalui Publish or Perish (Harzing) dengan kata kunci “literasi keuangan”, “*self-control*”, “*impulsive buying*”, “*cashless payment*”, “*digital payment*”, dan “mahasiswa”. Artikel yang dipilih terbit pada tahun 2024-2026, sehingga diperoleh 15 artikel yang dianalisis. Analisis data dilakukan dengan membaca, mengelompokkan, dan membandingkan hasil penelitian terdahulu untuk setiap variabel, kemudian menyintesisnya menjadi kesimpulan (Kitchenham et al., 2009).

Kriteria Pemilihan Artikel

Artikel yang dianalisis dipilih berdasarkan tiga kriteria. Pertama, artikel menguji pengaruh sekurang-kurangnya salah satu dari variabel literasi keuangan, *self-control*, atau penggunaan

pembayaran nontunai. Kedua, variabel terikatnya adalah *impulsive buying*, perilaku konsumtif, atau keputusan penggunaan *PayLater* yang berkaitan dengan belanja, dengan responden mahasiswa atau generasi muda. Ketiga, artikel terbit pada tahun 2024-2026 dan abstrak atau teks lengkapnya memuat hasil penelitian. Setiap variabel dibahas oleh sekurang-kurangnya lima artikel. Artikel yang tidak memenuhi kriteria tidak dianalisis lebih lanjut. Sumber yang terbit sebelum tahun 2024, seperti Rook dan Fisher (1995), Chen dan Volpe (1998), Baumeister (2002), dan Ajzen (1991), hanya digunakan sebagai landasan konsep pada kajian teoritis.

Tahapan Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui empat tahap. Tahap pertama adalah membaca setiap artikel yang terpilih. Tahap kedua adalah mengekstraksi informasi penting berupa nama peneliti dan tahun, tujuan, metode dan sampel, serta hasil penelitian, kemudian menyajikannya dalam Tabel 1. Tahap ketiga adalah mengelompokkan hasil berdasarkan variabel, yaitu literasi keuangan, *self-control*, *cashless payment*, dan *impulsive buying*, lalu membandingkan arah dan signifikansi pengaruhnya pada Tabel 2 dan Gambar 1. Tahap keempat adalah membahas perbedaan hasil dengan mengaitkannya pada *Theory of Planned Behavior* dan kajian teoritis, kemudian menyusun kerangka konseptual dan hipotesis untuk penelitian kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan proses pencarian dan seleksi, diperoleh 15 artikel yang memenuhi kriteria untuk dianalisis. Kelima belas artikel tersebut terbit pada tahun 2024-2026 dan seluruhnya membahas *impulsive buying*, perilaku konsumtif, atau penggunaan *PayLater* pada mahasiswa dan generasi muda. Ringkasan setiap artikel disajikan pada Tabel 1, sedangkan rekapitulasi lima artikel untuk setiap variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

NO	Pengarang, Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil
1.	(Simarmata Elita et al., 2024)	Menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan <i>digital payment</i> , dan <i>self control</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi (97 responden, regresi linier berganda).	- Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. - Penggunaan <i>digital payment</i> berpengaruh positif. - Self control berpengaruh negatif. - Ketiganya berpengaruh secara simultan.
2.	(Fitriyani & Afrizal, 2024)	Mengetahui pola perilaku konsumen dalam menggunakan pembayaran nontunai dan implikasinya terhadap pembelian impulsif di <i>e-commerce</i> (kualitatif, pendekatan UTAUT2).	- Kemudahan pembayaran nontunai mempercepat keputusan belanja. - Hal ini mendorong <i>impulsive buying</i>, yaitu membeli dengan cepat tanpa perencanaan.

NO	Pengarang, Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil
3.	(Azizah & Bangsa, 2024)	Menganalisis pengaruh literasi keuangan, kemudahan, dan keamanan terhadap penggunaan Shopee Paylater dan <i>impulsive buying</i> pada mahasiswa kelas karyawan Universitas Ngudi Waluyo.	- Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan Shopee Paylater. - Secara parsial hanya keamanan yang signifikan. - Penggunaan Shopee Paylater bukan variabel intervening yang signifikan terhadap <i>impulsive buying</i>.
4.	(Yahfi et al., 2025))	Menganalisis pengaruh <i>digital payment</i> dan literasi keuangan terhadap <i>impulsive buying</i> dengan <i>pain of paying</i> sebagai mediasi (100 mahasiswa Universitas Islam Malang, PLS-SEM).	- Digital payment berpengaruh positif signifikan terhadap <i>impulsive buying</i>. - Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan. - Pain of paying memediasi sebagian pengaruh <i>digital payment</i>, tetapi tidak memediasi pengaruh literasi keuangan.
5.	(Athallah Artadita, 2025)	Mengkaji pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater generasi Y dan Z di Jawa Barat (100 responden, PLS-SEM).	- Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kontrol diri ($\beta = 0,715$). - Kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif ($\beta = -0,407$). - Literasi keuangan tidak berpengaruh langsung, tetapi berpengaruh tidak langsung lewat kontrol diri ($p = 0,027$). - Persepsi risiko tidak berpengaruh langsung maupun tidak langsung.
6.	(Widiastuti & Sumastuti, 2025)	Menguji pengaruh literasi keuangan dan penggunaan <i>SPayLater</i> terhadap impulse buying dengan shopping habits sebagai mediasi pada generasi Z di Semarang (100 responden, PLS-SEM).	- Literasi keuangan, penggunaan <i>SPayLater</i>, dan shopping habits berpengaruh signifikan terhadap impulse buying. - Shopping habits memediasi hubungan literasi keuangan dan penggunaan <i>SPayLater</i> dengan impulse buying.

NO	Pengarang, Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil
7.	(Oktaviana et al., 2025)	Menguji pengaruh gender, tekanan keuangan, dan literasi keuangan terhadap <i>impulsive buying</i> mahasiswa pengguna <i>paylater</i> di Universitas Aisyiyah Yogyakarta (mixed method: 120 responden kuesioner dan 3 wawancara; regresi linier berganda).	- Gender, tekanan keuangan, dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap <i>impulsive buying</i>. - Koefisien literasi keuangan bernilai positif ($0,055$; $p = 0,002$), sehingga makin tinggi literasi, makin tinggi <i>impulsive buying</i> pada data regresi. - Abstraknya menyebut literasi yang lebih baik membantu mengendalikan pembelian impulsif, tetapi kurang efektif.
8.	(Lestari & Nuraeni, 2025)	Menganalisis pengaruh gaya hidup, kemudahan akses, dan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan Shopee <i>PayLater</i> dengan <i>impulsive buying</i> sebagai mediasi pada generasi Z di Kabupaten Pasuruan (analisis jalur).	- Gaya hidup ($\beta = 0,431$) dan kemudahan akses ($\beta = 0,639$) berpengaruh positif signifikan terhadap <i>impulsive buying</i>. - Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan ($\beta = -0,268$). - <i>Impulsive buying</i> memediasi pengaruh ketiganya terhadap keputusan penggunaan Shopee <i>PayLater</i>.
9.	(Septawati et al., 2025)	Mengukur pengaruh religiusitas, persepsi risiko, kontrol diri, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme terhadap keputusan penggunaan Shopee <i>PayLater</i> pada generasi Z di Kota Bengkulu (100 responden, regresi linier berganda).	- Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan. - Kontrol diri dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif signifikan. - Religiusitas, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan.
10.	(Setiyani & Suratno, 2026)	Menganalisis pengaruh aksesibilitas <i>fintech</i> , literasi keuangan, dan <i>self-control</i> terhadap <i>impulsive buying</i> mahasiswa ekonomi di Semarang (192 responden, regresi linier berganda).	- Aksesibilitas <i>fintech</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>impulsive buying</i>. - Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. - <i>Self-control</i> berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan.

NO	Pengarang, Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil
11.	(Istiqomah et al., 2026)	Menguji pengaruh financial literacy, <i>self-control</i> , dan <i>hedonic motivation</i> terhadap <i>impulsive buying</i> pengguna Shopee <i>PayLater</i> di kalangan mahasiswa Universitas Islam Malang (150 responden, regresi linier berganda).	- Ketiga variabel berpengaruh signifikan secara simultan. - Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan. - Hedonic motivation berpengaruh positif signifikan. - Self-control tidak berpengaruh signifikan ($p = 0,326$).
12.	(Nathania Koentary, 2026)	Menguji pengaruh <i>hedonic shopping motivation</i> dan <i>self-control</i> terhadap kecenderungan <i>impulsive buying</i> pengguna Shopee <i>PayLater</i> (141 mahasiswa usia 18-25 tahun).	- Hedonic shopping motivation berpengaruh positif signifikan ($B = 0,20$). - Self-control berpengaruh negatif signifikan ($B = -0,57$). - Makin tinggi motivasi hedonis dan makin rendah <i>self-control</i>, makin tinggi kecenderungan <i>impulsive buying</i>.
13.	(Widyastuti et al., 2026)	Menguji pengaruh persepsi kemudahan Shopee <i>PayLater</i> terhadap <i>impulsive buying</i> dengan motivasi belanja hedonis sebagai mediasi dan <i>self-control</i> sebagai moderasi (301 pengguna, Hayes PROCESS).	- Persepsi kemudahan memprediksi motivasi belanja hedonis. - Efek tidak langsung terhadap <i>impulsive buying</i> tetap signifikan, bahkan pada individu dengan <i>self-control</i> tinggi. - Self-control melemahkan hubungan motivasi hedonis dan <i>impulsive buying</i>, tetapi efeknya terbatas.
14.	(Kasnelly et al., 2026)	Menguji pengaruh gaya hidup <i>cashless</i> dan intensitas penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z, dengan <i>self-control</i> sebagai mediasi dan nilai Islam sebagai moderasi (80 mahasiswa, SEM-PLS).	- Gaya hidup <i>cashless</i> dan intensitas dompet digital meningkatkan perilaku konsumtif. - Self-control dan nilai Islam menurunkan perilaku konsumtif. - Self-control tidak memediasi hubungan <i>cashless</i> atau dompet digital dengan perilaku konsumtif.

NO	Pengarang, Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil
15.	(Aminah et al., 2026)	Menguji pengaruh literasi keuangan, <i>self-control</i> , dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee <i>PayLater</i> generasi Z di Kota Malang (200 responden, SPSS).	- Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan. - <i>Self-control</i> berpengaruh negatif signifikan. - Gaya hidup berpengaruh positif signifikan.

Sumber: Diolah dari artikel yang dianalisis (2026).

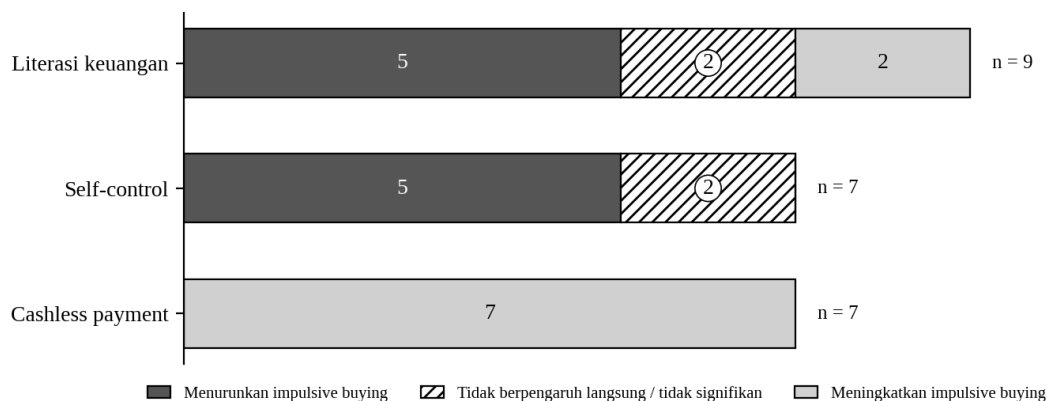
Tabel 2. Rekapitulasi Artikel per Variabel

Variabel	Peneliti (Tahun)	Hasil
Literasi keuangan	Simarmata et al. (2024)	Berpengaruh negatif
	Lestari & Nuraeni (2025)	Berpengaruh negatif signifikan ($B = -0,268$)
	Istiqomah et al. (2026)	Berpengaruh negatif signifikan
	Setiyani & Suratno (2026)	Tidak berpengaruh signifikan
	Aminah et al. (2026)	Berpengaruh positif signifikan
Self-control	Simarmata et al. (2024)	Berpengaruh negatif
	Athallah & Artadita (2025)	Berpengaruh negatif signifikan ($B = -0,407$)
	Nathania & Koentary (2026)	Berpengaruh negatif signifikan ($B = -0,57$)
	Istiqomah et al. (2026)	Tidak berpengaruh signifikan
	Setiyani & Suratno (2026)	Berpengaruh negatif, tidak signifikan
Cashless payment	Simarmata et al. (2024)	Digital payment berpengaruh positif
	Fitriyani & Afrizal (2024)	Mendorong <i>impulsive buying</i> (kualitatif)
	Yahfi et al. (2025)	Berpengaruh positif signifikan
	Widiastuti & Sumastuti (2025)	Penggunaan <i>SPayLater</i> berpengaruh signifikan terhadap impulse buying
	Kasnelly et al. (2026)	Meningkatkan perilaku konsumtif
Impulsive buying	Yahfi et al. (2025)	Dipengaruhi <i>digital payment</i> (positif) dan literasi keuangan (negatif)

Variabel	Peneliti (Tahun)	Hasil
	Oktaviana & Aji (2025)	Dipengaruhi gender, tekanan keuangan, dan literasi keuangan (koefisien positif)
	Setiyani & Suratno (2026)	Dipengaruhi aksesibilitas <i>fintech</i>
	Istiqomah et al. (2026)	Dipengaruhi literasi keuangan (negatif) dan <i>hedonic</i> motivation (positif)
	Nathania & Koentary (2026)	Dipengaruhi <i>hedonic</i> shopping motivation (positif) dan <i>self-control</i> (negatif)

Sumber: Diolah dari Tabel 1.

Rekapitulasi arah pengaruh dari seluruh artikel pada Tabel 1 diringkas dalam bentuk diagram batang bertumpuk pada Gambar 1. Diagram ini memperlihatkan jumlah penelitian menurut arah pengaruh pada setiap variabel.



Gambar 1. Rekapitulasi Arah Pengaruh Hasil Penelitian Terdahulu

Sumber: Diolah dari Tabel 1.

Berdasarkan Gambar 1, pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* bervariasi. Dari sembilan artikel yang menguji secara langsung, lima menemukan pengaruh yang menurunkan *impulsive buying*, dua menemukan pengaruh yang meningkatkan, dan dua tidak menemukan pengaruh langsung. Self-control lebih konsisten. Dari tujuh artikel, lima menemukan pengaruh negatif yang signifikan dan dua tidak signifikan. Adapun penggunaan *cashless payment* menunjukkan arah yang paling seragam, karena ketujuh artikel yang mengujinya menemukan pengaruh yang meningkatkan *impulsive buying* atau perilaku konsumtif.

Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan terhadap impulsive buying

Sebagian besar artikel menemukan bahwa literasi keuangan menekan belanja impulsif. (Simarmata Elita et al., 2024) menemukan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan hasil serupa pada *impulsive buying* dilaporkan oleh (Yahfi et al., 2025), (Istiqomah et al., 2026) serta (Lestari & Nuraeni, 2025) dengan koefisien jalur -0,268. (Widiastuti & Sumastuti, 2025) menemukan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap impulse buying melalui shopping habits, dan mereka menyarankan peningkatan literasi untuk menekan impulse buying. Namun beberapa hasil berbeda. (Setiyani & Suratno, 2026) tidak

menemukan pengaruh yang signifikan dan menilai ada jarak antara pengetahuan keuangan dan perilaku konsumsi yang sebenarnya. (Athallah & Artadita, 2025) tidak menemukan pengaruh langsung, karena literasi keuangan baru berdampak setelah melalui kontrol diri. Dua artikel justru menemukan arah positif. (Aminah et al., 2026) menemukan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan (Oktaviana et al., 2025) memperoleh koefisien regresi positif untuk literasi keuangan, meskipun abstraknya menyebutkan literasi membantu mengendalikan pembelian impulsif secara terbatas. Mahasiswa pada penelitian (Oktaviana et al., 2025) mengaku tetap berbelanja impulsif saat ada promo besar walaupun literasinya baik. Dari sembilan artikel yang menguji hubungan ini secara langsung, lima menunjukkan pengaruh yang menekan, dua tidak menemukan pengaruh langsung, dan dua menemukan pengaruh positif. Pada keputusan memakai *PayLater*, (Septawati et al., 2025) menemukan literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan, sedangkan (Azizah & Bangsa, 2024) tidak menemukan pengaruh parsial yang signifikan.

Pengaruh self-control terhadap impulsive buying

Self-control lebih sering ditemukan berpengaruh negatif terhadap belanja impulsif. (Nathania & Koentary, 2026) menemukan pengaruh negatif signifikan dengan koefisien -0,57, dan hasil serupa dilaporkan oleh (Simarmata Elita et al., 2024), (Athallah & Artadita, 2025), (Aminah et al., 2026), serta (Kasnelly et al., 2026). Dengan kata lain, mahasiswa yang mampu mengendalikan diri cenderung lebih jarang membeli tanpa rencana. Meski begitu, (Istiqomah et al., 2026) menemukan *self-control* tidak berpengaruh signifikan, dan (Setiyani & Suratno, 2026) menemukan pengaruh negatif yang tidak signifikan. (Istiqomah et al., 2026) menduga perbedaan ini berkaitan dengan karakteristik responden, kondisi penggunaan layanan, dan adanya faktor lain yang lebih kuat. (Widyastuti et al., 2026) juga menunjukkan bahwa *self-control* melemahkan pengaruh motivasi hedonis terhadap *impulsive buying*, tetapi efeknya terbatas. Dari tujuh artikel yang menguji hubungan ini secara langsung, lima menemukan pengaruh signifikan dan dua tidak. Satu hasil tampak berlawanan: (Septawati et al., 2025) menemukan kontrol diri berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopee *PayLater*, yang oleh penulisnya ditafsirkan sebagai keputusan yang lebih bijak pada orang dengan kontrol diri tinggi.

Pengaruh penggunaan cashless payment terhadap impulsive buying

Tujuh artikel menguji akses atau penggunaan pembayaran digital sebagai penyebab, dan semuanya menemukan arah yang sama, yaitu meningkatkan belanja impulsif atau konsumtif. (Simarmata Elita et al., 2024) dan (Yahfi et al., 2025) menemukan pengaruh positif dari penggunaan *digital payment*. (Kasnelly et al., 2026) menemukan bahwa gaya hidup *cashless* dan intensitas penggunaan dompet digital meningkatkan perilaku konsumtif, (Setiyani & Suratno, 2026) menemukan bahwa aksesibilitas *fintech* berpengaruh signifikan, dan (Widyastuti et al., 2026) menemukan bahwa penggunaan *SPayLater* berpengaruh signifikan terhadap impulse buying. (Lestari & Nuraeni, 2025) juga menemukan kemudahan akses berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying* dengan koefisien 0,639. (Fitriyani & Afrizal, 2024) menjelaskan bahwa kemudahan pembayaran nontunai membuat keputusan belanja berlangsung lebih cepat. Penjelasan yang sering dipakai adalah *pain of paying*: ketika tidak ada uang tunai yang berpindah tangan, rasa berat saat membayar berkurang sehingga belanja terasa lebih ringan (Yahfi et al., 2025). Pada konteks *paylater*, (Widyastuti et al., 2026) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mendorong motivasi hedonis yang pada akhirnya memicu *impulsive buying*.

Peran cashless payment sebagai variabel mediasi

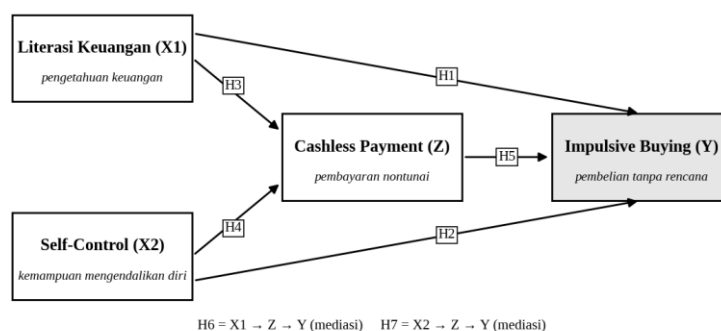
Hasil mediasi pada artikel yang dikaji belum konsisten. (Athallah & Artadita, 2025) menemukan bahwa *self-control* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif ($p = 0,027$), tetapi tidak memediasi pengaruh persepsi risiko. (Yahfi et al., 2025) menemukan *pain of paying* memediasi sebagian pengaruh *digital payment*, tetapi tidak memediasi pengaruh literasi keuangan. (Widiastuti & Sumastuti, 2025) menemukan shopping habits memediasi hubungan literasi keuangan dan penggunaan *SPayLater* dengan impulse buying, sedangkan (Widyastuti et al., 2026) menemukan motivasi hedonis sebagai mediator. Sebaliknya, (Kasnelly et al., 2026) menemukan *self-control* tidak memediasi hubungan antara *cashless* atau dompet digital dengan perilaku konsumtif. Dari lima belas artikel, hanya (Azizah & Bangsa, 2024) yang menempatkan penggunaan layanan pembayaran digital sebagai variabel intervening antara literasi keuangan dan *impulsive buying*, dan hasilnya tidak signifikan. Lestari dan Nuraeni (2025) memang memakai mediasi, tetapi yang menjadi mediator adalah *impulsive buying* menuju keputusan penggunaan *PayLater*, jadi arahnya berlawanan dengan model pada judul artikel ini. Belum ada artikel dalam kajian ini yang menguji literasi keuangan dan *self-control* secara bersamaan dengan *cashless payment* sebagai mediator terhadap *impulsive buying*. Inilah celah yang membuat model pada judul artikel ini layak diuji lebih lanjut.

Sintesis Hasil Penelitian Terdahulu

Perbedaan hasil antar artikel kemungkinan berkaitan dengan beberapa hal yang terlihat pada Tabel 1. Pertama, metode analisisnya beragam, mulai dari regresi linier berganda, PLS-SEM, analisis jalur, sampai Hayes PROCESS. Kedua, jumlah responden berkisar dari 80 sampai 301 orang. Ketiga, variabel terikatnya tidak sama, ada yang memakai *impulsive buying*, perilaku konsumtif, atau keputusan penggunaan *PayLater*. Keempat, sebagian besar artikel berfokus pada pengguna Shopee *PayLater*, sehingga hasilnya belum tentu berlaku untuk bentuk *cashless payment* yang lain seperti dompet digital atau QRIS. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), literasi keuangan dan *self-control* berperan sebagai faktor yang membentuk kontrol perilaku, sedangkan kemudahan *cashless payment* dapat mengurangi hambatan untuk berbelanja. Karena itu, wajar bila pengaruh literasi keuangan dan *self-control* tidak selalu terlihat langsung dan bisa jadi baru terlihat lewat variabel lain.

KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, kerangka konseptual untuk penelitian kuantitatif pada mahasiswa disusun sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Sumber: Diolah penulis (2026).

Literasi keuangan (X1) dan *self-control* (X2) diduga memengaruhi *impulsive buying* (Y), baik secara langsung maupun melalui penggunaan *cashless payment* (Z) sebagai variabel mediasi. Hubungan X1 dan X2 terhadap Z dirumuskan karena beberapa artikel menemukan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri berkaitan dengan keputusan menggunakan layanan *PayLater* (Septawati et al., 2025), meskipun bukti ini masih terbatas. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H1) Literasi keuangan berpengaruh terhadap *impulsive buying*.
- H2) Self-control berpengaruh terhadap *impulsive buying*.
- H3) Literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *cashless payment*.
- H4) Self-control berpengaruh terhadap penggunaan *cashless payment*.
- H5) Penggunaan *cashless payment* berpengaruh terhadap *impulsive buying*.
- H6) Penggunaan *cashless payment* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying*.
- H7) Penggunaan *cashless payment* memediasi pengaruh *self-control* terhadap *impulsive buying*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian terhadap 15 artikel yang terbit pada tahun 2024-2026, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* cenderung menurunkan, yaitu pada lima dari sembilan artikel yang menguji langsung. Dua artikel tidak menemukan pengaruh langsung dan dua artikel menemukan pengaruh positif.
- 2) Self-control berpengaruh negatif signifikan pada lima dari tujuh artikel, sedangkan dua artikel lainnya tidak menemukan pengaruh yang signifikan.
- 3) Penggunaan *cashless payment* konsisten meningkatkan kecenderungan *impulsive buying* pada ketujuh artikel yang mengujinya.
- 4) Peran *cashless payment* sebagai variabel mediasi belum banyak diuji dan hasil mediasi pada penelitian terdahulu belum konsisten, sehingga perlu dibuktikan melalui penelitian empiris.

Saran

Keterbatasan kajian ini adalah jumlah artikel yang hanya 15 dan periode terbitnya terbatas pada tahun 2024-2026. Beberapa artikel memakai perilaku konsumtif atau keputusan penggunaan *PayLater* sebagai variabel terikat, dan banyak yang berfokus pada Shopee *PayLater*. Penelitian selanjutnya disarankan menguji kerangka konseptual pada Gambar 2 secara kuantitatif pada mahasiswa dengan analisis jalur atau SEM, serta menambahkan variabel lain seperti motivasi hedonis dan *pain of paying*.

REFERENSI

- Aminah, Sudaryanti, D., & Sari, Ka. F. A. (2026). Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater: Peran Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 15(1), 481-491.
- Athallah, F. M., & Artadita, S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Kontrol

- Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y dan Z Pengguna Shopee PayLater di Jawa Barat. *E-Proceeding of Management*, 12(1), 3279.
- Azizah, N., & Bangsa, R. J. (2024). The Effect of Financial Literacy, Convenience, and Security on The Use of Shopee Paylater Transactions on Impulse Buying Behavior. *The Virtual International Conference on Economics, Law and Humanities*, 3(1), 126-132.
- Fitriyani, F., & Afrizal, Y. H. (2024). Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying: Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E-Commerce. *Sentralisasi*, 14(1), 94-113. <https://doi.org/10.33506/sl.v14i1.3818>
- Istiqomah, L., Alrasyid, H., & Paramadina, R. D. (2026). Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 15(01), 1567-1579. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/27156>
- Kasnelly, S., Luthfi, A., Jalil, A., Arif, S. M., & LA, J. R. (2026). Gaya Hidup Cashless dan Pemanfaatan Dompot Digital dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z: Peran Self-Control dan Nilai-Nilai Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 26(2), 688-694. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v26i2.6565>
- Lestari, D. S., & Nuraeni. (2025). Shopee Paylater Dan Fenomena Belanja Impulsif: Peran Gaya Hidup, Literasi Keuangan Dan Kemudahan Akses Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Accounting Volume*, 8(3), 5215-5233.
- Nathania, A. A., & Koentary, S. supandi A. (2026). The Influence of Hedonic Shopping Motivation and Self-Control on the Impulsive Buying Tendency Aurelia. *TAZKIYA (Journal of Psychology)*, 14(1), 47-56. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i11.6663>
- Oktaviana, H., Satriyo, S., & Aji, B. (2025). How Financial Literacy Shapes Impulsive “Paylater” Buying Among Yogyakarta Students. *Proceeding of International Conference on Accounting & Finance*, 3(1), 209-224.
- Septawati, R. D., Hak, N., & Polindi, M. (2025). Pengaruh Religiusitas Islam, persepsi Risiko, Kontrol Diri, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada generasi Z Dikota Bengkulu. *Media Manajeme Jasa*, 13(2), 343-367.
- Setiyani, U., & Suratno. (2026). Impulsive buying dalam cashless society: Peran aksesibilitas fintech, literasi keuangan, dan self-control. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(2), 158-167. <https://doi.org/10.26740/jupe.v14n2.p158-167>
- Simarmata Elita, R., Saerang Stanley, I., & Rumukoy Julio, L. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462-475.
- Widiastuti, T. C., & Sumastuti, E. (2025). Financial Literacy, Usage of Pay-Later Services, and Impulse Buying: The Mediating Role of Shopping Habits. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(2), 492. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.2.479>
- Widyastuti, L. Y., Azzahra, Y. C., Izzah, K. A., Rein, S., Rustyawati, R., & Putri, F. R. (2026). Persepsi Kemudahan Dan Perilaku Pembelian Impulsif Pada Layanan Buy Now Pay Later: Peran Mediasi Motivasi Belanja Hedonis Dan Peran Moderator Kontrol Diri. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 95-106. <https://doi.org/10.19184/e-jeba.v13i1.60027>
- Yahfi, M., Said, M. M., & Trianti, K. (2025). Pain of Paying as Mediation: An Analysis of the Influence of Digital Payments and Financial Literacy on Students’ Impulse Buying Behavior. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 117-135.