Science and Education Journal
Vol 5 No 2 (2026)
E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Peran Gaya Hidup Hedonis Dalam Mediator Pengaruh Dompet Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Impulse Buying Generasi Z Di Pendidikan Ekonomi

Nurulia Amriani[1], Iwan Putra[2], Sahara[3]
[1]Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi , nuruliaamriani993@gmail.com
[2]Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi , iwanputra@unja.ac.id
[3]Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, sahara@unja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap *impulse buying* serta menguji peran gaya hidup hedonis sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Generasi Z Jurusan PIPS FKIP Universitas Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 166 responden yang dipilih dari 285 populasi menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan dompet *digital*, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Dalam pengujian mediasi, gaya hidup hedonis tidak terbukti memediasi hubungan penggunaan dompet *digital* terhadap *impulse buying*, tetapi terbukti memediasi hubungan literasi keuangan terhadap *impulse buying*. Dengan demikian, *impulse buying* dipengaruhi secara langsung oleh penggunaan dompet *digital*, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis, sementara peran mediasi hanya ditemukan pada hubungan literasi keuangan terhadap *impulse buying*. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era cashless.

Kata Kunci: *Dompet Digital, Literasi Keuangan, Impulse Buying, Generasi Z.*

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital wallet usage and financial literacy on impulse buying, as well as to examine the role of hedonistic lifestyle as a mediating variable among Generation Z students in the PIPS department of FKIP Universitas Jambi. The study uses a quantitative approach with a survey method involving 166 respondents selected from a population of 285 using Slovin's formula and purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using SmartPLS. The results show that digital wallet usage, financial literacy, and hedonistic lifestyle have a positive and significant effect on impulse buying. In the mediation test, the hedonistic lifestyle was found not to mediate the relationship between digital wallet usage and impulse buying but successfully mediated the relationship between financial literacy and impulse buying. Therefore, impulse buying is directly influenced by digital wallet usage, financial literacy, and hedonistic lifestyle, with the mediation role found only in the relationship between financial literacy and impulse buying. This research contributes valuable insights into the factors influencing consumer behavior in a cashless era.

Keywords: *Digital Wallet, Finansial Literacy, Impulse Buying, Generation Z.*

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Corresponding Author:
Nurulia Amriani

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi , nuruliaamriani993@gmail.com

PENDAHULUAN

1. Permasalahan Penelitian

Perkembangan teknologi finansial telah memberikan dampak besar terhadap pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa Generasi Z yang telah terbiasa dengan kemajuan teknologi digital. Salah satu aspek yang paling berkembang pesat adalah penggunaan dompet digital, yang memungkinkan transaksi pembayaran lebih cepat dan efisien. Dompet digital seperti GoPay, OVO, dan DANA kini menjadi bagian penting dari kehidupan mahasiswa dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari pembayaran tagihan hingga belanja online. Keberadaan promo-promo menarik seperti diskon besar, cashback, dan fitur *paylater* semakin memudahkan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif.

Namun, fenomena ini menimbulkan masalah serius dalam hal pengelolaan keuangan mahasiswa, yang seringkali cenderung tidak terkontrol. Impulse buying, atau pembelian impulsif, menjadi salah satu akibat dari kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh dompet digital. Mahasiswa, sebagai konsumen yang relatif muda, seringkali tidak menyadari dampak jangka panjang dari pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan yang matang. Pembelian impulsif ini didorong oleh promosi yang sering kali sulit dihindari, serta faktor sosial dan emosional yang terkait dengan gaya hidup konsumtif.

Salah satu faktor utama yang memperburuk masalah ini adalah literasi keuangan yang masih rendah di kalangan mahasiswa. Meskipun banyak di antara mereka yang memiliki akses ke teknologi dan informasi, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang sehat masih terbatas. Hal ini menyebabkan banyak mahasiswa yang lebih fokus pada kesenangan sesaat dan mengikuti tren yang ada, tanpa memperhatikan kebutuhan finansial mereka di masa depan. Selain itu, gaya hidup hedonis yang lebih mengutamakan pencarian kesenangan instan turut memperburuk perilaku konsumtif ini. Dalam banyak kasus, mahasiswa lebih mengutamakan untuk memenuhi gaya hidup yang berorientasi pada kepuasan jangka pendek, seperti berbelanja barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan, daripada mengelola pengeluaran mereka dengan bijak.

2. Wawasan dan Rencana Pemecahan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying di kalangan mahasiswa Generasi Z, dengan fokus pada pengaruh dompet digital dan literasi keuangan, serta peran gaya hidup hedonis sebagai variabel mediasi. Penggunaan dompet digital dapat memperburuk kecenderungan perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan yang rendah dapat membuat mahasiswa lebih rentan terhadap pembelian impulsif yang didorong oleh berbagai tawaran promo dan diskon. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup hedonis dapat berperan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa di era digital.

Rencana pemecahan masalah ini mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana literasi keuangan dapat menjadi pengendali yang efektif untuk mencegah perilaku konsumtif berlebihan. Peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa dapat membantu mereka untuk memahami konsep pengelolaan uang yang bijaksana, mengenali perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari pembelian impulsif. Selain itu, pendekatan berbasis gaya hidup hedonis yang mengedepankan nilai-nilai kepuasan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

jangka pendek juga perlu dipertimbangkan sebagai faktor yang memperburuk perilaku konsumtif. Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan, diharapkan mahasiswa dapat lebih bijak dalam menggunakan dompet digital dan mengurangi kecenderungan untuk melakukan impulse buying.

3. Rumusan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki lima tujuan utama, yaitu:

1. Menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital terhadap impulse buying mahasiswa Generasi Z pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jambi.
2. Mengkaji pengaruh literasi keuangan terhadap impulse buying mahasiswa Generasi Z pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jambi, serta bagaimana literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara penggunaan dompet digital dan impulse buying.
3. Menguji peran gaya hidup hedonis sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap impulse buying mahasiswa Generasi Z pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS).
4. Meneliti hubungan antara literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS), serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yang rasional.
5. Memberikan rekomendasi terkait penerapan strategi literasi keuangan yang lebih efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS).

4. Rangkuman Kajian Teoritik

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh (Icek Ajzen, 1991) untuk menganalisis hubungan antara literasi keuangan, penggunaan dompet digital, dan impulse buying di kalangan mahasiswa. TPB berfokus pada pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap keputusan perilaku individu. Dalam konteks ini, TPB digunakan untuk menggali bagaimana faktor-faktor seperti pengelolaan keuangan dan pengaruh lingkungan sekitar berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya perilaku pembelian impulsif yang sering terjadi pada mahasiswa. Menurut (Icek Ajzen, 1991) sikap individu terhadap suatu perilaku, norma sosial yang ada di sekitar mereka, serta kontrol yang mereka rasakan terhadap perilaku tersebut sangat mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian.

Literasi keuangan

Literasi keuangan berperan penting dalam mengontrol perilaku konsumtif mahasiswa. Bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terkendali, seperti impulse buying. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai pengelolaan keuangan pribadi sering kali tidak mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pembelian impulsif. Penelitian oleh (Ika Utami Widyaningsih, 2024), juga mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa literasi keuangan yang lebih baik memungkinkan mahasiswa untuk lebih berhati-hati dalam mengelola pengeluaran mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih cenderung menghindari pembelian yang tidak direncanakan, karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengelola anggaran mereka.

Pengunaan dompet digital

Dompet digital seperti GoPay, OVO, dan DANA semakin banyak digunakan oleh mahasiswa karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan dalam transaksi harian. (Reza et al., 2023) menjelaskan bahwa penggunaan dompet digital mempermudah proses pembayaran, tetapi juga berpotensi meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Hal

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

ini karena kemudahan akses dan banyaknya tawaran diskon atau promo yang sering muncul di aplikasi dompet digital. Penelitian oleh (Reza et al., 2023) juga menunjukkan bahwa dompet digital memfasilitasi pembelian impulsif karena adanya berbagai macam promosi yang menarik bagi konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.

Gaya hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. (Thamrin, 2021) mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis berfokus pada pencarian kesenangan dan kepuasan sesaat, yang sering kali mengarah pada perilaku pembelian impulsif. Mahasiswa yang mengadopsi gaya hidup ini cenderung lebih mudah terpengaruh oleh promosi atau tawaran menarik, tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang mereka. (Nginayah & Maryani, 2025) menambahkan bahwa gaya hidup hedonis menjadi faktor penting dalam mendorong perilaku impulsif karena mahasiswa dengan gaya hidup ini lebih fokus pada kepuasan emosional dan kesenangan sesaat, daripada pertimbangan keuangan yang rasional.

Berdasarkan kajian teoritik di atas, penggunaan dompet digital dan literasi keuangan saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah cenderung lebih rentan terhadap pengaruh eksternal, seperti promo atau diskon dari platform dompet digital, yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif. Di sisi lain, gaya hidup hedonis memperburuk kecenderungan ini karena dorongan untuk mencari kesenangan sesaat lebih kuat pada mahasiswa yang mengadopsi gaya hidup tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara penggunaan dompet digital, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku impulse buying mahasiswa di Universitas Jambi.

Harapan dan Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pemahaman mengenai perilaku konsumtif mahasiswa, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu universitas dan lembaga terkait untuk menyusun program edukasi yang dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif dan meningkatkan pengelolaan keuangan mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penyedia layanan dompet digital untuk mengembangkan fitur-fitur edukatif yang mendukung pengelolaan keuangan yang lebih bijak bagi penggunanya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap impulse buying, serta untuk menguji peran gaya hidup hedonis sebagai variabel mediasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, yang melibatkan distribusi kuesioner kepada responden yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian.

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kausal. Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu penggunaan dompet digital, literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan impulse buying. Rancangan ini memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis yang telah diajukan terkait dengan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Jambi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 166 mahasiswa yang dipilih berdasarkan rumus Slovin dari total populasi sebanyak 285 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih individu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu pertanyaan tentang penggunaan dompet digital, literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan perilaku impulse buying. Setiap instrumen diukur menggunakan skala Likert 5 poin untuk memastikan konsistensi dan objektivitas jawaban dari responden. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu dengan uji coba (pre-test) pada sekelompok mahasiswa yang tidak termasuk dalam sampel penelitian untuk mengetahui reliabilitas dan validitasnya. Reliabilitas instrumen diukur dengan Cronbach's Alpha, yang diharapkan mencapai nilai yang lebih besar dari 0,7 untuk menunjukkan konsistensi internal yang baik. Validitas instrumen diuji dengan validitas konstruk, di mana item-item dalam kuesioner diuji kesesuaiannya dengan teori yang ada.

4. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuesioner kemudian dianalisis menggunakan SmartPLS untuk menguji model struktural dan hubungan antar variabel. Analisis ini melibatkan pengujian model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) untuk mengetahui sejauh mana hubungan antar variabel yang ada. Pengujian model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan untuk masing-masing variabel sudah valid dan reliabel, sedangkan pengujian model struktural dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen serta untuk menguji hipotesis penelitian. Bootstrapping digunakan dalam analisis ini untuk mengukur signifikansi jalur hubungan antar variabel. Selain itu, analisis mediasi juga dilakukan untuk menguji apakah gaya hidup hedonis dapat memediasi hubungan antara literasi keuangan dan impulse buying.

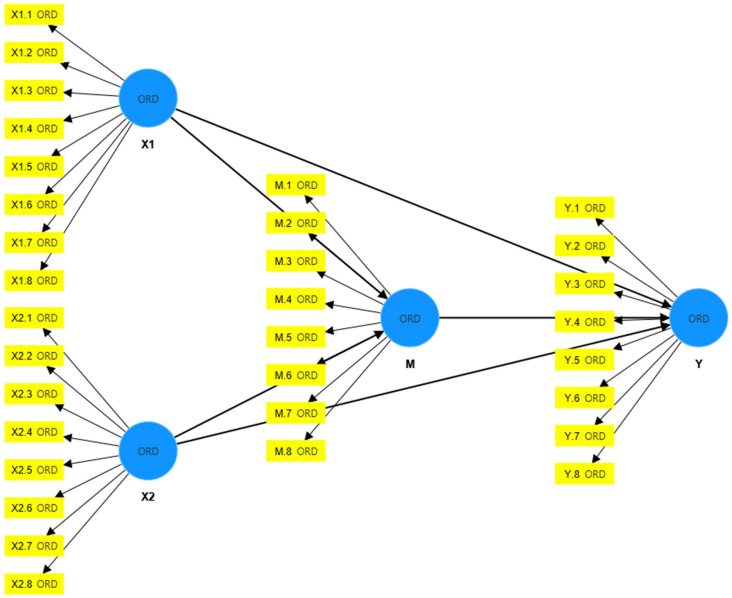
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, dijelaskan hasil penelitian yang telah diperoleh melalui analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS, yang kemudian dibahas untuk menghubungkan temuan-temuan empiris dengan teori-teori yang telah disajikan sebelumnya. Hasil penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, yaitu mengenai pengaruh penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku impulse buying mahasiswa Generasi Z, dengan gaya hidup hedonis sebagai variabel mediator.

Hasil Pengujian Model Pengukuran

Diagram jalur analisis pengukuran model (*outer model*) dapat dilihat pada Gambar dibawah:

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X



Gambar: 1 Diagram Jalur Analisis Pengukuran Model (*Outer Model*)

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa setiap variabel penelitian dihubungkan dengan indikator-indikator yang membentuknya.

Validitas Konvergen

Validitas konvergen mengacu pada sejauh mana indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur suatu variabel laten saling berkorelasi dan mengukur konstruk yang sama dengan konsisten. Dalam analisis SEM, validitas konvergen diuji melalui Outer Loadings yang menunjukkan sejauh mana indikator-indikator berkorelasi dengan variabel laten yang dimaksud. Semakin tinggi nilai Outer Loading (lebih dari 0,7), semakin baik validitas konvergen indikator tersebut. Hal ini menandakan bahwa indikator yang dipilih dapat dipercaya untuk mengukur konstruk yang sesuai. Validitas konvergen yang baik memastikan bahwa setiap variabel laten diukur dengan tepat, mendukung kualitas model dan hasil analisis penelitian.

Tabel 4.1 Nilai Outer Loading

Variabel	Kode	*Outer Loading*	Keterangan
Penggunaan Dompet *Digital* (X_1)	X1.1	0.776	Valid
	X1.2	0.753	Valid
	X1.3	0.775	Valid
	X1.4	0.822	Valid
	X1.5	0.840	Valid
	X1.6	0.814	Valid
	X1.7	0.799	Valid
	X1.8	0.800	Valid
Literasi Keuangan (X_2)	X2.1	0.813	Valid
	X2.2	0.833	Valid
	X2.3	0.858	Valid
	X2.4	0.877	Valid

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

	X2.5	0.799	Valid
	X2.6	0.796	Valid
	X2.7	0.744	Valid
	X2.8	0.709	Valid
Gaya Hidup Hedonis (M)	M.1	0.835	Valid
	M.2	0.839	Valid
	M.3	0.882	Valid
	M.4	0.903	Valid
	M.5	0.894	Valid
	M.6	0.814	Valid
	M.7	0.739	Valid
	M.8	0.743	Valid
Impulse Buying (Y)	Y.1	0.830	Valid
	Y.2	0.863	Valid
	Y.3	0.875	Valid
	Y.4	0.901	Valid
	Y.5	0.829	Valid
	Y.6	0.855	Valid
	Y.7	0.750	Valid
	Y.8	0.730	Valid

Tabel di atas menunjukkan nilai Outer Loading untuk setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel laten, yaitu Penggunaan Dompet Digital (X1), Literasi Keuangan (X2), Gaya Hidup Hedonis (M), dan Impulse Buying (Y). Nilai Outer Loading menggambarkan sejauh mana setiap indikator berkorelasi dengan variabel laten yang diukur.

Berdasarkan tabel, seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai Outer Loading yang lebih besar dari 0,7, yang mengindikasikan bahwa semua indikator tersebut valid dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel laten yang bersangkutan. Nilai Outer Loading yang tinggi, seperti 0,822 untuk indikator X1.4 (Penggunaan Dompet Digital) dan 0,903 untuk indikator M.4 (Gaya Hidup Hedonis), menunjukkan bahwa indikator-indikator ini memiliki kontribusi yang kuat terhadap pengukuran variabel laten.

Secara keseluruhan, tabel ini memberikan bukti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas yang baik, yang sangat penting untuk mendukung analisis lebih lanjut dalam model penelitian. Dengan demikian, semua indikator yang tercantum dalam tabel ini dapat dianggap valid untuk digunakan dalam uji model struktural SEM.

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan mengukur sejauh mana variabel laten dalam model dapat dibedakan satu sama lain. Untuk menguji validitas diskriminan, ada dua metode utama yang digunakan: cross loading dan Average Variance Extracted (AVE).

Tabel 2 Nilai Cross Loading

Kode Item	**Gaya Hidup Hedonis (M)**	**Penggunaan Dompet *Digital* (X1)**	**Literasi Keuangan (X2)**	***Impulse Buying* (Y)**
M.1	0.835	0.282	0.238	0.392
M.2	0.839	0.267	0.251	0.403

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

M.3	0.882	0.235	0.238	0.391
M.4	0.903	0.296	0.254	0.354
M.5	0.894	0.259	0.257	0.369
M.6	0.814	0.195	0.293	0.372
M.7	0.739	0.191	0.261	0.260
M.8	0.743	0.198	0.255	0.259
X1.1	0.226	0.776	0.296	0.228
X1.2	0.205	0.753	0.324	0.210
X1.3	0.203	0.775	0.301	0.237
X1.4	0.268	0.822	0.264	0.265
X1.5	0.215	0.840	0.218	0.319
X1.6	0.217	0.814	0.270	0.381
X1.7	0.254	0.799	0.168	0.296
X1.8	0.264	0.800	0.151	0.306
X2.1	0.317	0.261	0.813	0.298
X2.2	0.300	0.296	0.833	0.320
X2.3	0.251	0.238	0.858	0.319
X2.4	0.340	0.336	0.877	0.358
X2.5	0.248	0.253	0.799	0.398
X2.6	0.236	0.208	0.796	0.342
X2.7	0.170	0.169	0.744	0.351
X2.8	0.069	0.175	0.709	0.421
Y.1	0.309	0.339	0.359	0.830
Y.2	0.358	0.355	0.380	0.863
Y.3	0.311	0.320	0.375	0.875
Y.4	0.415	0.372	0.391	0.901
Y.5	0.372	0.287	0.376	0.829
Y.6	0.388	0.316	0.304	0.855
Y.7	0.304	0.205	0.321	0.750
Y.8	0.358	0.154	0.380	0.730

Tabel ini menunjukkan nilai cross loading untuk setiap indikator yang digunakan dalam penelitian, yang mengukur hubungan antar indikator dan variabel laten (Gaya Hidup Hedonis, Penggunaan Dompet Digital, Literasi Keuangan, dan Impulse Buying). Setiap indikator memiliki Outer Loading yang lebih tinggi pada variabel laten yang relevan, yang menunjukkan validitas baik indikator dalam mengukur variabel yang dimaksud. Hal ini memastikan bahwa setiap indikator secara signifikan mengukur konstruk yang sesuai, tanpa tumpang tindih dengan variabel laten lainnya.

Tabel 3 Nilai Average Variant Extracted (AVE)

Variabel	***Average Variance Extracted* (AVE)**
Pengunaan Dompet Digital (X_1)	0.637

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Literasi Keuangan (X_2)	0.649
Gaya Hidup Hedonis (M)	0.695
Impulse Buying (Y)	0.691

Tabel ini menunjukkan nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel laten dalam penelitian. Nilai AVE menggambarkan sejauh mana indikator-indikator pada setiap variabel laten dapat menjelaskan varians dari variabel laten tersebut. Semua nilai AVE pada variabel-variabel yang diteliti (Penggunaan Dompet Digital, Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Impulse Buying) lebih besar dari 0,5, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki validitas konvergen yang baik, artinya setiap variabel laten dapat dijelaskan dengan baik oleh indikator-indikator yang digunakan dalam model penelitian.

Pengujian Hipotesis

Pengujian model struktural dilakukan untuk menilai pengaruh antar variabel laten dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) dengan prosedur bootstrapping. Prosedur ini dilakukan pada 166 sampel dan menghasilkan nilai t-statistic dan p-value untuk menguji hipotesis. Keputusan pengujian didasarkan pada nilai t-statistic dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Jika t-statistic lebih besar atau sama dengan 1,96, maka Ha diterima, menandakan pengaruh signifikan antar variabel. Hipotesis yang diuji adalah H_1 (Penggunaan Dompet Digital berpengaruh positif terhadap Impulse Buying), H_2 (Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Impulse Buying), dan H_5 (Gaya Hidup Hedonis berpengaruh positif terhadap Impulse Buying).

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	Pengaruh Langsung	statistik	tabel	Keterangan
1	Penggunaan Dompet *Digital* (X_1) → *Impulse Buying* (Y)	0.187	2.124	1.96	H_a diterima
2	Literasi Keuangan (X_2) → *Impulse Buying* (Y)	0.292	3.732	1.96	H_a diterima
3	Gaya Hidup Hedonis (M) → *Impulse Buying* (Y)	0.281	3.175	1.96	H_a diterima

Berdasarkan Tabel 4, semua hipotesis diterima karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel 1,96. Penggunaan Dompet Digital (X_1), Literasi Keuangan (X_2), dan Gaya Hidup Hedonis (M) semuanya menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Impulse Buying (Y). Hasil ini mengindikasikan bahwa Impulse Buying dipengaruhi oleh kemudahan transaksi digital, literasi keuangan, dan kecenderungan gaya hidup hedonis, yang saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di era cashless.

Setelah menguji pengaruh langsung, langkah selanjutnya adalah menguji pengaruh tidak langsung melalui variabel mediator. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mediator dapat menyalurkan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Dalam penelitian ini, mediasi menguji peran Gaya Hidup Hedonis (M) dalam menjembatani hubungan antara Penggunaan Dompet Digital (X_1) dan Literasi Keuangan (X_2) terhadap Impulse Buying (Y). Pengujian mediasi dilakukan dengan menggunakan indirect effect melalui prosedur bootstrapping pada SmartPLS, dengan keputusan didasarkan pada nilai t-statistics lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian mediasi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Pengujian Mediasi (*Indirect Effect*)

Hipotesis Mediasi	**Pengaruh Tidak Langsung**	**$t_{statistics}$**	**P values**	**Keterangan**
Penggunaan Dompet *Digital* (X1) > Gaya Hidup Hedonis (M) > *Impulse Buying* (Y	0.061	1.736	0.083	Tidak Signifikan
Literasi Keuangan (X2) > Gaya Hidup Hedonis (M) > *Impulse Buying* (Y)	0.067	2.113	0.035	Signifikan

Berdasarkan Tabel 5, hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa Penggunaan Dompet Digital (X_1), Gaya Hidup Hedonis (M), Impulse Buying (Y) tidak signifikan, dengan t-statistic 1,736 dan p-value 0,083. Sebaliknya, Literasi Keuangan (X_2), Gaya Hidup Hedonis (M), Impulse Buying (Y) menunjukkan pengaruh signifikan, dengan t-statistic 2,113 dan p-value 0,035. Gaya Hidup Hedonis memediasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Impulse Buying, namun tidak pada hubungan Penggunaan Dompet Digital dan Impulse Buying.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor eksternal, seperti penggunaan dompet digital, memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku impulse buying di kalangan mahasiswa Generasi Z. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh dompet digital, ditambah dengan fitur menarik seperti promo dan cashback, mempermudah mahasiswa dalam melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Di sisi lain, literasi keuangan yang rendah meningkatkan kemungkinan mahasiswa untuk terpengaruh oleh faktor eksternal ini, karena mereka tidak memiliki kontrol yang cukup terhadap pengelolaan keuangan mereka.

Gaya hidup hedonis, sebagai faktor psikologis, memainkan peran penting dalam memperburuk kecenderungan impulse buying. Mahasiswa yang mengutamakan kepuasan instan melalui konsumsi lebih rentan terhadap dorongan untuk membeli barang yang tidak mereka butuhkan, yang pada akhirnya meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Oleh karena itu, meskipun literasi keuangan dapat membantu mahasiswa membuat keputusan yang lebih bijaksana, gaya hidup hedonis yang kuat dapat mengalahkan kontrol diri tersebut, terutama ketika dorongan eksternal, seperti promo dan kemudahan transaksi, sangat menggoda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena impulse buying pada mahasiswa Generasi Z di era cashless dipengaruhi oleh interaksi antara faktor-faktor eksternal dan internal. Penggunaan dompet digital memberikan kemudahan yang meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif, sementara rendahnya literasi keuangan memperburuk perilaku konsumtif ini. Gaya hidup hedonis berfungsi sebagai mediator yang memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap impulse buying, tetapi tidak mempengaruhi hubungan langsung antara dompet digital dan perilaku impulsif.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Singkatan dan Akronim

Dompet digital yang digunakan merujuk pada platform pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan DANA yang semakin populer di kalangan mahasiswa.
Selain itu, Generasi Z (Gen Z) mengacu pada kelompok usia mahasiswa yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, yang sangat akrab dengan teknologi digital dan media sosial. Gaya hidup hedonis yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada pencarian kepuasan dan kenikmatan jangka pendek melalui konsumsi barang atau pengalaman, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti iklan atau tawaran promo. Untuk penelitian ini, singkatan PIPS merujuk pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang ada di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jambi.

Satuan

Penulisan satuan di dalam artikel memperhatikan aturan sebagai-berikut:

1. Gunakan SI (MKS) atau CGS sebagai satuan utama, dengan satuan sistem SI lebih diharapkan.
2. Hindari penggabungan satuan SI dan CGS, karena dapat menimbulkan kerancuan, karena dimensi persamaan bisa menjadi tidak setara.
3. Jangan mencampur singkatan satuan dengan satuan lengkap. Misalnya, gunakan satuan "Wb/m^2" or "webers per meter persegi", jangan "webers/m^2".

SIMPULAN

Simpulan menyajikan ringkasan dari uraian mengenai hasil dan pembahasan, mengacu pada tujuan penelitian. Berdasarkan kedua hal tersebut dikembangkan pokok-pokok pikiran baru yang merupakan esensi dari temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Icek Ajzen. (1991). A Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes. In Julius Khul and Jurgen Beckmann (Ed.), *Springer-Verlag* (2; 2nd ed., Vol. 50, Number 2, 2). Springer-Verlag. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ika Utami Widyaningsih. (2024). Literasi Keuangan, Lifestyle-Hedonism Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Tirtayasa EKONOMIKA*, *19*(1), 29–41. https://doi.org/https://doi.org/10.35448/jte.v19i1.27056

Nginayah, S., & Maryani, T. (2025). Hedonistic Lifestyle and Income Level: Determining Factors in Student Financial Management. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, *7*(3), 1084–1090. https://doi.org/10.34007/jehss.v7i3.2551

Reza, M., Wijaya, I., & Lestari, B. (2023). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN POSITIVE EMOTIONS TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA D-IV MANAJEMEN PEMASARAN POLITEKNIK NEGERI MALANG. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, *9*(2), 103–109. https://doi.org/https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/3849/3134?client_id=1582194825.1768953600&session_id=1768953600

Thamrin, H. A. S. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, *11*, 1–14. https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01