



Pengaruh Perencanaan Keuangan dan Kebiasaan Menabung terhadap

Perilaku *Overspending* pada *Intervening Spending Self-Control*

Pengguna *E-wallet* Generasi Z

Sararya Haikal Perdana

Universitas Negeri Jakarta

Agung Dharmawan Buchdadi

Universitas Negeri Jakarta

Shandy Aditya

Universitas Negeri Jakarta

Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

Korespondensi penulis: srrhaikal2003@gmail.com

Abstrak. *This study aims to analyze the effect of financial planning and saving habits on overspending behavior on intervening spending self-control of generation z e-wallet users. the background of this research is based on technological advances that encourage people to easily transact digitally which can trigger overspending behavior because the e-wallet will cause people to shop more without feeling like they are spending money. The results showed that financial planning has a significant positive effect on overspending while saving habits have a significant negative effect on overspending. These findings reinforce the importance of financial management behavior to prevent overspending behavior of generation z e-wallet users. This research is expected to contribute to the development of financial literacy, especially in forming healthy financial habits in the digital era, as well as being taken into consideration for policy makers and digital financial service providers in designing more effective financial education programs.*

Keywords: *Financial Planning, Saving Habits, Spending Self-Control, Overspending Behavior, E-Wallet, Generation Z.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perencanaan keuangan dan kebiasaan menabung terhadap perilaku overspending pada intervening spending self-control pengguna e-wallet generasi z. latar belakang penelitian ini didasari kemajuan teknologi yang mendorong masyarakat untuk mudah bertransaksi secara digital yang dapat memicu perilaku overspending karena dengan adanya e-wallet akan menyebabkan orang berbelanja lebih banyak tanpa merasa mengeluarkan uang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap overspending sedangkan kebiasaan menabung berpengaruh negatif signifikan terhadap overspending. Temuan ini memperkuat pentingnya perilaku manajemen keuangan untuk mencegah terjadinya perilaku overspending pengguna e-wallet generasi z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi keuangan, khususnya dalam membentuk kebiasaan keuangan yang sehat di era digital, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengambil kebijakan dan penyedia layanan keuangan digital dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif.

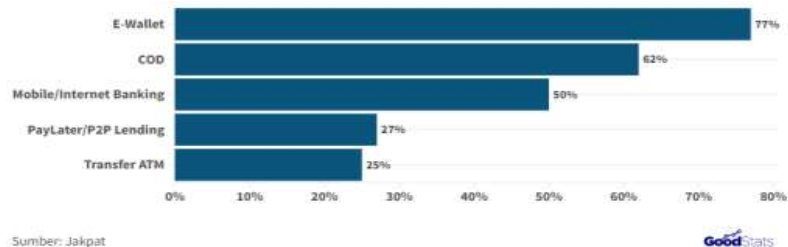
Kata Kunci: *Perencanaan Keuangan; Kebiasaan Menabung; Spending Self-Control; Perilaku Overspending; E-Wallet; Generasi Z.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan pesat di era *digital*, sebagian besar aspek kehidupan masyarakat telah berubah, membuat melakukan aktivitas sehari-hari semakin mudah. Hal ini sejalan dengan era globalisasi yang terus berkembang, yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan melalui akses digital yang mudah. Selain memberikan

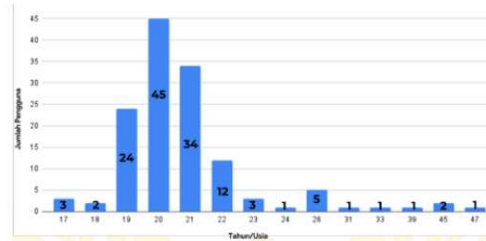
manfaat dalam aktivitas harian, teknologi juga dapat memberikan penyediaan berbagai informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Ini juga berlaku untuk sistem pembayaran, yang telah mengalami banyak perubahan sejak awal munculnya transaksi. *Digital Payment*, yang sekarang dikenal sebagai pembayaran digital, adalah hasil dari kemajuan teknologi keuangan. Saat ini dalam proses transaksi tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja. Masyarakat kini dapat memanfaatkan dompet *digital*, sebuah sistem pembayaran elektronik yang beroperasi melalui aplikasi di perangkat seluler. Dompet *digital* menggunakan nomor telepon sebagai identitas rekening dan menyimpan nilai uang secara digital di *server*, sehingga fungsinya serupa dengan uang tunai, tetapi dengan cara penggunaan yang berbeda. *Ewallet* atau dompet *digital* menjadi sarana terutama bagi mahasiswa, untuk melakukan pembayaran *cashless* atau non tunai, yang jauh lebih mudah, aman, dan tidak memakan banyak waktu dalam mengeluarkan uang terutama saat transaksi retail yaitu transaksi *e-commerce*, transportasi *online*, dan pemesanan makanan dan minuman (Kumala & Mutia, 2020).

Perkembangan *e-wallet* telah beriringan dengan pertumbuhan bisnis *e-commerce* dan platform Online Shop di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan lainnya (Septyanto, 2022). Fenomena belanja *online* telah menjadi kebutuhan pokok bahkan gaya hidup di era modern ini. Tawaran promosi yang sering diberikan oleh *e-wallet* mampu menggoda masyarakat untuk terus melakukan transaksi daring yang mudah melalui ponsel pintar mereka. Hal ini tanpa disadari dapat memicu perilaku pembelian impulsif. Kehadiran dompet *digital* juga mempermudah masyarakat dalam membelanjakan uang, karena mereka tidak melihat bentuk fisik uang yang digunakan, sehingga mereka cenderung tidak merasa telah mengeluarkan uang. Masyarakat sekarang dapat melakukan berbagai jenis transaksi dengan mudah menggunakan *e-wallet* hanya dengan menggunakan *smartphone*, tanpa perlu lagi mengandalkan kartu sebagai media pembayaran (Kirana, 2023).



Gambar 1.1 Metode pembayaran terbanyak digunakan di Indonesia
Sumber: goodstats.id (2024)

Menurut Kementerian Perdagangan, jumlah konsumen yang menggunakan platform belanja daring (*e-commerce*) di Indonesia diperkirakan mencapai 65,65 juta orang pada tahun 2023. Dompet *digital* atau *e-wallet* telah menjadi metode pembayaran yang sangat digemari saat berbelanja di *platform e-commerce*. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat, sekitar 77% responden memilih menggunakan metode pembayaran ini saat berbelanja secara daring. Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007, penggunaan dompet digital di Indonesia terus mengalami peningkatan, mencakup berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, investasi, dan lain sebagainya



Gambar 1.2 Tingkat Usia Pengguna *E-Wallet* di Indonesia
Sumber: Roland (2022)

Berdasarkan hasil penelitian (Roland, 2022) pada gambar diatas menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* paling banyak ada pada kalangan Generasi Z dengan umur 19-22 tahun, dan data itu juga di dukung oleh riset yang dilakukan oleh Jakpat dan Daily Social yang menunjukkan bahwa pengguna *e-wallet* paling banyak adalah usia produktif yaitu 20-35 tahun. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di awal tahun 2024 menunjukkan bahwa Generasi Z mendominasi pengguna internet di Indonesia, dengan jumlah total pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang (VISA, 2024). Dominasi Generasi Z dalam penggunaan internet di Indonesia menghasilkan beragam perilaku dan karakteristik, yang tercermin dalam aktivitas mereka seperti penggunaan media sosial, belanja daring, komunikasi melalui aplikasi pesan, dan bermain permainan daring. Generasi Z terpacu untuk mengadopsi perkembangan teknologi, khususnya di bidang Fintech, karena kemudahan ini. Mereka sering menghabiskan waktu untuk mencari produk-produk terbaru di toko belanja daring dan transfer dana, juga mereka menyukai kepuasan instan, yaitu mendapatkan barang dengan cepat dan tanpa kesulitan. Apalagi, ketika kemudahan instan ini digabungkan dengan berbagai promosi yang di tawarkan oleh *e-wallet* dan toko belanja daring, hal ini semakin membuat mereka tertarik menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran.

Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa pembayaran digital dapat meningkatkan kesiediaan untuk membayar lebih, sehingga membuat pengguna cenderung mengeluarkan uang lebih banyak (Boden et al., 2020). Selain itu, studi sebelumnya juga menemukan bahwa pembayaran non-tunai cenderung meningkatkan perilaku konsumtif (Patrisia, et al., 2023)—diperparah dengan fitur *paylater*, di mana ditemukan bahwa semakin tinggi penggunaan *paylater*, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk menjadi konsumtif (Khairunnisa et al., 2022). Faktor yang mendorong kecenderungan berutang pada Gen Z adalah profil mereka sebagai kelompok usia produktif dengan pendapatan. Artinya, mereka memiliki dana untuk membiayai kebutuhan sehari-hari dan berbelanja. Namun, jika tidak dapat mengelola keuangan dengan baik, Gen Z dan Milenial dapat menjadi konsumtif. Lebih lanjut, jika pendapatan yang dimiliki tidak mencukupi untuk menutupi utang, mereka cenderung menggunakan utang sebagai solusi sementara, tanpa menyadari bahwa ini dapat menjadi sumber masalah di masa depan (Purnama, 2021).

KAJIAN TEORI

1. Pengertian Perilaku *Overspending*

Perilaku *overspending* merujuk pada kebiasaan konsumen menghabiskan uang melebihi kemampuan finansial atau kebutuhan riil. Istilah *overspending* sendiri merupakan sinonim dari *compulsive buying* (Vastag & Balassa, 2020). Dari perspektif psikologi, perilaku ini bersifat persisten dan kompulsif, tetapi tidak tergolong patologis (Kukar-Kinney et al., 2016). Faktor dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu 1) situasional, seperti pengaruh lingkungan

ritel, suasana hati, atau pengaruh orang sekitar, 2) disposisional, yaitu kecenderungan individu untuk bertindak berbeda dari kebiasaan umum dalam berbelanja, dan 3) sosio-demografis, seperti usia, jenis kelamin, latar belakang etnis, dan tingkat pendapatan. Menurut Voth et al. (2014), penyebab *overspending* sering kali didorong oleh keinginan untuk memiliki barang-barang yang tidak esensial bagi dirinya sendiri. Bleu menyebut bahwa *compulsive buying* sebagai “impuls reaktif” yaitu dorongan tak terkendali yang muncul sebagai respons emosional. Perilaku ini juga dapat dipicu oleh keterkaitan antara kondisi emosional, pola pikir, dan keputusan pembelian, termasuk rasa takut dikucilkan secara sosial (Leite et al., 2014)

2. Pengertian Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan adalah proses pengelolaan keuangan secara terstruktur dan sistematis oleh individu untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsep ini memiliki hubungan yang erat dengan literasi keuangan, yakni pemahaman terhadap prinsip keuangan serta keterampilan mengatur keuangan pribadi melalui keputusan jangka pendek sebagai indikator tingkat pemahaman (Remund, 2010). Studi mengungkapkan bahwa rendahnya literasi keuangan berdampak signifikan pada kemampuan perencanaan keuangan. Meskipun berpenghasilan tinggi, individu dengan kemampuan manajemen keuangan yang rendah akan sulit mencapai stabilitas finansial. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang efektif harus didukung literasi yang memadai guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Saraswati & Nugroho, 2021).

3. Pengertian Kebiasaan Menabung

Menabung didefinisikan sebagai tindakan menyisihkan sebagian pendapatan untuk disimpan sebagai upaya memenuhi kebutuhan masa depan (Kristanti, 2006). Lebih dari sekadar aktivitas finansial, Thung (2012) menegaskan bahwa perilaku menabung merupakan integrasi dari tiga aspek kognitif, 1) persepsi terhadap kebutuhan masa depan, 2) proses pengambilan keputusan, dan 3) implementasi tindakan nyata. Faktor kunci yang mendorong kebiasaan ini adalah kontrol diri, yakni kemampuan individu untuk mengelola impuls konsumtif dan berkomitmen pada tujuan jangka panjang. Tanpa kontrol diri, upaya menabung rentan terganggu oleh godaan pengeluaran impulsif atau ketidakdisiplinan dalam alokasi anggaran.

4. Pengertian *Spending Self-Control*

Spending self-control merujuk pada kemampuan individu untuk secara sadar mengatur dan membatasi pengeluaran agar tetap selaras dengan tujuan keuangan jangka panjang. Menurut Fernandes dan Oliveira (2021), kemampuan ini mencerminkan integrasi antara regulasi diri, kesadaran situasional, dan pertimbangan rasional dalam proses pengambilan keputusan konsumsi.

Kerangka teoritis yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). Sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*, TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Ketiga komponen ini membentuk niat individu untuk melakukan suatu tindakan, termasuk dalam konteks pengelolaan keuangan. Melalui perseptif TPB, penelitian ini mengkaji bagaimana perencanaan keuangan, kebiasaan menabung, dan *spending self-control* berkontribusi terhadap kecenderungan *overspending* pada pengguna *e-wallet* Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbasis desain kausal untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel. Metode ini berfokus pada pemanfaatan data numerik yang diolah secara statistik untuk meraih kesimpulan yang bersifat objektif. Analisis data menggunakan teknik statistik guna mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan. Pemilihan desain ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola keterkaitan antar variabel dan melakukan generalisasi hasil penelitian kepada populasi yang lebih luas (Santoso & Madiistriyanto, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* generasi Z dengan sampel sebanyak 316. Dengan pendekatan ini penelitian dapat memperoleh hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan. Sampel yang dipilih diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi secara optimal. Penelitian ini menerapkan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis hubungan langsung maupun tidak langsung antara Perencanaan Keuangan, Kebiasaan Menabung, *Spending Self-Control*, dan perilaku *Overspending* dalam satu kerangka model. Langkah awal yang dilakukan adalah menyusun model konseptual dalam bentuk diagram jalur. Selanjutnya, model pengukuran dikembangkan melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) guna memastikan validitas indikator yang digunakan. Analisis data dilakukan menggunakan metode statistik seperti regresi linier dan SEM, serta disertai dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh hasil yang tepat dan mendukung pengambilan keputusan berbasis ilmiah (Hair et al., 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji *R-Square*

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel Dipengaruhi	<i>R-square</i>	Kriteria
Perilaku <i>Overspending</i>	0,479	Lemah
<i>Spending Self-Control</i>	0,864	Kuat

Variabel Perilaku *Overspending* memiliki nilai R^2 sebesar 0,479, yang berarti bahwa sebesar 47,9% variabilitas dari Perilaku *Overspending* dapat dijelaskan oleh Perencanaan Keuangan, Kebiasaan Menabung dan *Spending Self-Control*. Sisanya sebesar 52,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini. Nilai ini termasuk dalam kategori lemah. Selanjutnya, variabel *Spending Self-Control* memiliki nilai R^2 sebesar 0,864, yang mengindikasikan bahwa 86,4% variasi dalam *Spending Self-Control* dapat dijelaskan oleh Perencanaan Keuangan dan Kebiasaan Menabung. Sementara itu, sebesar 13,6% variasi lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai R^2 ini juga termasuk dalam kategori kuat (Hair et al., 2021).

Uji *Q-Square*

Tabel 2. Hasil Uji *Predictive Relevance*

Variabel Dipengaruhi	Q^2 Predict	Keterangan
Perilaku <i>Overspending</i>	0,429	Memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>Spending Self-Control</i>	0,861	Memiliki <i>predictive relevance</i>

Berdasarkan hasil analisis *Q-Square* (Q^2) yang diperoleh melalui metode *blindfolding*, diketahui bahwa seluruh variabel endogen dalam model penelitian ini memiliki nilai Q^2 yang lebih

besar dari nol (> 0). Hal ini mengindikasikan bahwa model yang dibangun memiliki relevansi prediktif (*predictive relevance*) terhadap variabel-variabel yang dianalisis. Secara lebih rinci, nilai Q^2 untuk variabel Perilaku *Overspending* adalah sebesar 0,429, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam menjelaskan variabel tersebut. Sementara itu, nilai Q^2 pada variabel *Spending Self-Control* tercatat sebesar 0,861, yang mencerminkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang sangat kuat terhadap variabel ini. Dengan demikian, model dinilai mampu memprediksi variabel-variabel endogen secara memadai dalam konteks penelitian ini.

Uji F-Square

Tabel 3. Hasil Uji Effect Size

Variabel Dipengaruhi	KM	PK	PO	SSC
Kebiasaan Menabung				
Perencanaan Keuangan				
Perilaku <i>Overspending</i>	0,026	0,017		0,075
<i>Spending Self-Control</i>	1,043	0,075		

Berdasarkan hasil analisis *Effect Size* (f-square), diketahui bahwa Perilaku *Overspending* dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu Kebiasaan Menabung (KM), Perencanaan Keuangan (PK), dan *Spending Self-Control* (SSC). Nilai *f-square* untuk pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap Perilaku *Overspending* sebesar 0,026, yang termasuk dalam kategori kecil, namun tetap menunjukkan adanya kontribusi dalam membentuk perilaku overspending. Selanjutnya, pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku *Overspending* menunjukkan nilai f^2 sebesar 0,017, yang juga tergolong kecil dan memberikan dampak yang lebih rendah dibandingkan Kebiasaan Menabung. Adapun *Spending Self-Control* berperan lebih besar terhadap Perilaku *Overspending* dengan nilai f-square sebesar 0,075, yang meskipun masih dalam kategori kecil, namun merupakan pengaruh terbesar di antara ketiga variabel terhadap *overspending*.

Sementara itu, variabel *Spending Self-Control* dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu Kebiasaan Menabung dan Perencanaan Keuangan. Pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap *Spending Self-Control* menunjukkan nilai f-square sebesar 1,043, yang termasuk kategori besar, menunjukkan bahwa Kebiasaan Menabung memiliki kontribusi yang sangat signifikan dalam membentuk kontrol diri individu. Sedangkan pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap *Spending Self-Control* hanya sebesar 0,070, yang berada pada kategori kecil namun tetap berkontribusi terhadap peningkatan kontrol diri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar hubungan antar variabel dalam model ini menunjukkan ukuran efek yang kecil, kecuali pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap *Spending Self-Control* yang tergolong besar dan menjadi kontribusi paling dominan dalam struktur model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Path Coefficient efek langsung antar variabel

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STD EV)	P values	Keterangan
Perencanaan Keuangan -> Perilaku <i>Overspending</i>	0,195	0,198	0,093	2,109	0,017	Diterima
Kebiasaan Menabung -> <i>Spending Self-Control</i>	-0,335	-0,337	0,119	2,820	0,002	Diterima

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STD EV)	P values	Keterangan
Perilaku <i>Overspending</i>						
Perencanaan Keuangan -> <i>Spending Self-Control</i>	0,196	0,201	0,065	2,992	0,001	Diterima
Kebiasaan Menabung -> <i>Spending Self-Control</i>	0,755	0,750	0,062	12,232	0,000	Diterima
<i>Spending Self-Control</i> -> Perilaku <i>Overspending</i>	-0,536	-0,539	0,119	4,511	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil uji hipotesis langsung, diketahui bahwa semua hipotesis dinyatakan diterima karena menunjukkan pengaruh signifikan, yaitu Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku *Overspending* (H1), Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap Perilaku *Overspending* (H2), Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap *Spending Self-Control* (H3), Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap *Spending Self-Control* (H4), dan *Spending Self-Control* berpengaruh terhadap Perilaku *Overspending* (H5). Hasil ini menunjukkan bahwa *Spending Self-Control* berperan penting sebagai variabel yang menjembatani pengaruh antara perencanaan keuangan maupun kebiasaan menabung terhadap Perilaku *Overspending*.

Tabel 5. Hasil Uji *Specific Indirect Effect*

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STD EV)	P values	Keterangan
Perencanaan Keuangan -> <i>Spending Self-Control</i> -> Perilaku <i>Overspending</i>	-0,105	-0,109	0,044	2,361	0,009	Diterima
Kebiasaan Menabung -> <i>Spending Self-Control</i> -> Perilaku <i>Overspending</i>	-0,405	-0,404	0,094	4,323	0,000	Diterima

Berdasarkan hasil uji pengaruh tidak langsung, diketahui bahwa hipotesis H6 dan H7 diterima, yang berarti Perencanaan Keuangan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Perilaku *Overspending* melalui *Spending Self-Control* (H6), dan Kebiasaan Menabung juga tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap Perilaku *Overspending* melalui *Spending Self-*

Control (H7). Dengan demikian, *Spending Self-Control* terbukti sebagai mediator dalam hubungan antara Perencanaan Keuangan maupun Kebiasaan Menabung terhadap Perilaku *Overspending*, sehingga jalur mediasi dalam kedua hubungan tersebut tidak signifikan dalam model ini.

Pembahasan

H1: Perencanaan Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku *Overspending*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa perencanaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,017 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2,109. Oleh karena itu, hipotesis H1 diterima. Secara statistik, terdapat hubungan signifikan antara perencanaan keuangan dan kecenderungan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z. Nilai *original sample* sebesar 0,195 menunjukkan bahwa hubungan antara perencanaan keuangan dan perilaku *overspending* bersifat positif, yang berarti semakin tinggi tingkat perencanaan keuangan, justru semakin tinggi pula kecenderungan *overspending*. Temuan ini mengejutkan karena bertentangan dengan teori keuangan personal yang menyatakan bahwa perencanaan keuangan seharusnya dapat mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan.

H2: Kebiasaan Menabung memiliki pengaruh terhadap Perilaku *Overspending*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa kebiasaan menabung berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,002 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2,820. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima. Artinya, secara statistik terdapat pengaruh signifikan antara kebiasaan menabung terhadap kecenderungan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z. Menariknya, nilai *original sample* sebesar -0.335 menunjukkan bahwa hubungan antara kebiasaan menabung dan perilaku *overspending* bersifat negatif. Artinya, semakin tinggi kebiasaan menabung seseorang, semakin rendah kecenderungan untuk melakukan *overspending*. Temuan ini sejalan dengan teori pengelolaan keuangan yang menyatakan bahwa individu yang terbiasa menyisihkan pendapatan untuk ditabung cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pengeluarannya.

H3: Perencanaan Keuangan memiliki pengaruh terhadap *Spending Self-Control*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa perencanaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2,992. Oleh karena itu, hipotesis H3 diterima. Artinya, secara statistik terdapat pengaruh yang signifikan antara perencanaan keuangan terhadap kemampuan individu dalam mengontrol pengeluaran (*spending self-control*), khususnya pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z. Nilai *original sample* sebesar 0,196 menunjukkan adanya hubungan positif antara perencanaan keuangan dan *spending self-control*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik individu melakukan perencanaan keuangan, maka semakin tinggi pula kemampuannya dalam mengendalikan perilaku konsumtifnya.

H4: Kebiasaan Menabung memiliki pengaruh terhadap *Spending Self-Control*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa kebiasaan menabung berpengaruh signifikan terhadap *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai *t-statistik* sebesar 12,232, yang merupakan nilai tertinggi di antara seluruh pengujian hipotesis. Dengan demikian, hipotesis H4 diterima. Ini menunjukkan bahwa secara statistik, terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kebiasaan menabung dengan kemampuan mengontrol pengeluaran (*spending self-control*) pada pengguna *e-wallet* Generasi Z. Nilai *original sample* sebesar 0.755 menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat,

yang berarti semakin tinggi kebiasaan menabung seseorang, maka semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam mengontrol pengeluaran. Temuan ini memperkuat anggapan bahwa menabung tidak hanya berperan dalam akumulasi aset, tetapi juga berfungsi sebagai alat pengendalian perilaku konsumsi.

H5: *Spending Self-Control* memiliki pengaruh terhadap Perilaku *Overspending*.

Berdasarkan Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa *spending self-control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *overspending*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai *t-statistik* sebesar 4,511. Oleh karena itu, hipotesis H5 diterima. Secara statistik, terdapat pengaruh yang signifikan antara kemampuan mengendalikan pengeluaran dengan kecenderungan melakukan *overspending* pada pengguna *e-wallet* dari kalangan Generasi Z. Nilai *original sample* sebesar -0,536 menunjukkan bahwa hubungan antara *spending self-control* dan perilaku *overspending* bersifat negatif. Artinya, semakin tinggi kemampuan kontrol diri individu dalam hal pengeluaran, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian berlebihan atau tidak terencana.

H6: Perencanaan Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku *Overspending* melalui mediasi *Spending Self-Control*.

Berdasarkan hasil analisis jalur mediasi, diperoleh bahwa perencanaan keuangan memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap perilaku *overspending* melalui *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,009 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai *t-statistik* sebesar 2,361. Dengan demikian, hipotesis H6 diterima. Artinya, secara statistik terdapat pengaruh mediasi yang signifikan, di mana *spending self-control* memediasi hubungan antara perencanaan keuangan dengan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* Generasi Z. Nilai *original sample* sebesar -0,105 menunjukkan bahwa arah pengaruh tidak langsung ini bersifat negatif, yang berarti semakin baik perencanaan keuangan yang dilakukan seseorang, maka semakin tinggi *spending self-control* mereka, dan pada akhirnya akan menurunkan kecenderungan *overspending*.

H7: Kebiasaan Menabung memiliki pengaruh terhadap Perilaku *Overspending* melalui mediasi *Spending Self-Control*.

Berdasarkan hasil analisis jalur mediasi, diperoleh bahwa kebiasaan menabung memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap perilaku *overspending* melalui *spending self-control*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 dan *t-statistik* sebesar 4,323. Oleh karena itu, hipotesis H7 diterima. Secara statistik, terdapat pengaruh mediasi yang sangat signifikan, di mana *spending self-control* memediasi hubungan antara kebiasaan menabung dengan perilaku *overspending* pada pengguna *e-wallet* Generasi Z. Nilai *original sample* sebesar -0,405 menunjukkan bahwa arah pengaruh tidak langsung ini bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi kebiasaan menabung seseorang, maka semakin tinggi pula *spending self-control*-nya, yang pada akhirnya akan menurunkan kecenderungan perilaku *overspending*.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 316 responden Generasi Z pengguna *e-wallet* dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh Perencanaan Keuangan dan Kebiasaan Menabung terhadap Perilaku *Overspending*, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi *Spending Self-Control*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring, dan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SmartPLS dengan metode analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM–PLS). Kesimpulan dari hasil analisis dapat dijabarkan sebagai berikut:

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Perencanaan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku *Overspending* diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

antara perencanaan keuangan dan kecenderungan melakukan pengeluaran berlebih. Namun, arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perencanaan keuangan, justru semakin tinggi kecenderungan overspending. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui efek overconfidence bias dan moral licensing, di mana individu merasa “aman” untuk belanja lebih karena telah merasa bertindak bijak dengan merencanakan keuangannya. Hasil ini mengindikasikan bahwa perencanaan keuangan saja tidak cukup untuk menekan perilaku konsumtif, terutama dalam konteks penggunaan e-wallet yang sangat praktis dan menggoda.

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Kebiasaan Menabung berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Overspending diterima. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan negatif, yang berarti semakin kuat kebiasaan seseorang dalam menabung, maka semakin rendah kecenderungannya untuk overspending. Temuan ini konsisten dengan teori bahwa individu yang memiliki pola menabung yang konsisten cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran. Namun, efektivitasnya tetap tergantung pada kesadaran tujuan menabung, karena dalam beberapa konteks, menabung yang tidak disertai disiplin dapat menjadi alat pembenaran perilaku konsumtif.

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Perencanaan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Spending Self-Control diterima. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa perencanaan keuangan dapat membantu individu meningkatkan kontrol terhadap pengeluarannya. Dengan membuat anggaran dan tujuan keuangan yang jelas, individu cenderung lebih sadar terhadap batas konsumsi dan lebih mampu menahan dorongan impulsif dalam penggunaan e-wallet.

Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Kebiasaan Menabung berpengaruh signifikan terhadap Spending Self-Control diterima. Temuan ini menegaskan bahwa menabung tidak hanya berdampak pada aspek keuangan, tetapi juga memperkuat kontrol diri dalam menghadapi godaan konsumtif. Kebiasaan menyisihkan uang secara rutin membantu individu mengembangkan disiplin, orientasi masa depan, dan kemampuan untuk menunda gratifikasi, yang merupakan inti dari spending self-control.

Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Spending Self-Control berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Overspending diterima. Hubungan negatif yang ditemukan menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan overspending. Hal ini menegaskan peran kunci kontrol diri dalam mencegah konsumsi impulsif, terutama dalam lingkungan transaksi digital yang sangat instan dan persuasif. Hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Overspending melalui Spending Self-Control sebagai variabel mediasi diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun perencanaan keuangan tidak selalu langsung menurunkan perilaku overspending, ia memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui peningkatan kontrol diri. Dengan kata lain, perencanaan keuangan menjadi lebih efektif dalam mencegah overspending apabila diiringi oleh kemampuan spending selfcontrol yang baik. Hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Kebiasaan Menabung berpengaruh terhadap Perilaku Overspending melalui Spending Self-Control sebagai variabel mediasi diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kebiasaan menabung tidak hanya membantu individu menahan pengeluaran secara langsung, tetapi juga memperkuat kontrol diri yang kemudian menekan kecenderungan overspending. Dengan demikian, spending self-control berperan sebagai jalur penting dalam mengubah kebiasaan menabung menjadi perilaku konsumsi yang lebih sehat dan rasional dalam konteks penggunaan e-wallet.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Almira, R. M., & Nugroho, B. S. (2023). Pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap

- Pengendalian Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, 4(1), 12–24.
- Anggraini, D., & Sofyan, M. (2021). Spending Self-Control dan Perilaku Belanja Digital Mahasiswa Generasi Z di Perkotaan. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 6(1), 32–45.
- Anjani, M. D., & Santoso, T. W. (2022). Pengaruh kebiasaan menabung terhadap pengendalian pengeluaran pada pengguna e-wallet di kalangan generasi muda. *Jurnal Ekonomi Digital dan Keuangan*, 4(1), 57–68.
- Becker, J.-M., Cheah, J. H., Gholamzade, R., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2023): PLS-SEM's Most Wanted Guidance, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), pp. 321-346.
- Davydenko, M., Kolbuszewska, M., & Peetz, J. (2021). A meta-analysis of financial self-control strategies: Comparing empirical findings with online media and lay person perspectives on what helps individuals curb spending and start saving. *PLOS ONE*, 16(7), e0253938. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253938>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. *EKUITAS: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j2>
- Dinanti, H. A., & Nesner, Y. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Pekanbaru. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459–469. <https://doi.org/10.1086/209313>
- Fauziah, F., Sari, M. I., & Setianingsih, W. E. (2023, July). The influence of financial knowledge, financial planning, self-control on the financial management behavior of housewives. In *Proceeding International Conference on Economics, Business and Information Technology (ICEBIT)* (Vol. 4, pp. 478–486).
- Fernandes, D., & Oliveira, A. (2021). The Influence of Self-Control on Impulsive Buying Behavior in Mobile Commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>
- Fitri, S. N., & Maulidah, R. (2022). Pengaruh perencanaan keuangan terhadap kontrol pengeluaran impulsif pada generasi digital. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 6(1), 41–52.
- Fitria, D., & Hasanah, N. (2022). Perencanaan Keuangan dan Kontrol Diri dalam Menghadapi Godaan Belanja Digital pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 9(1), 41–52.

- Ghozali. (2016). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Geng, L., Ye, L., Zhou, L., & Zhu, Y. (2021). The Impact of Financial Literacy and Saving Habits on Young Adults' Spending Behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 705460. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.705460>
- Gunawan, N. J., Zulfa, M. T., Zahra, H. F., Setyaputri, I. S., Ginting, J., Halimah, S. N., Dinata, N. Y., Aryani, W. L., Salsabila, R. F., & Wulandari, S. S. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNNES. *Jurnal Potensial*, 3(2).
- Hair, J. F. (with Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S.). (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing AG.
- Hakim, L. A., & Lestari, D. R. (2021). Menabung dan Self-Control: Studi pada Pengguna E-Wallet Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Keuangan Digital*, 5(2), 66–77.
- Handayani, L., & Prasetyo, H. (2022). Menabung dan Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Studi pada Pengguna Dompot Digital. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2), 89–102.
- Hidayati, I., & Afiatin, T. (2020). Peran kontrol diri dan mediasi orang tua terhadap perilaku penggunaan internet secara berlebihan. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 6(1), 43–55. <https://doi.org/10.22146/gamajop.52744>
- Huang, Y., Jin, Q., & Zhang, L. (2022). Online Impulsive Buying: The Role of Payment Method and Self-Control. *Frontiers in Psychology*, 13, 835907. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.835907>
- Ibrahim, R. M., & Nurhaliza, A. (2021). Peran Self-Control dalam Memediasi Pengaruh Financial Planning terhadap Perilaku Konsumtif Digital. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Finansial*, 4(2), 47–58.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Indrawati, H., & Rachmawati, A. (2022). Pengaruh Kebiasaan Menabung terhadap Kontrol Diri Keuangan Mahasiswa Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Finansial*, 7(1), 28–39.
- Khan, U., & Dhar, R. (2006). Licensing effect in consumer choice. *Journal of Marketing Research*, 43(2), 259–266. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.2.259>
- Kholid, M. N. (2020). Understanding students' choice of becoming certified sharia accountant in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 219–230.
- Kim, J., Chatterjee, S., & Kim, J. (2021). The role of financial behavior in explaining financial

- satisfaction: A mediation analysis. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 32(1), 1–13. <https://doi.org/10.1891/JFCP-2000032>
- Kirana, A., Mutia, A., & Fielnanda, R. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa di Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 123–135.
- Kukar-Kinney, M., Close Scheinbaum, A., & Schaefer, T. (2016). Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements. *Journal of Business Research*, 69, 691–699. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.021>
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan aplikasi dompet digital terhadap transaksi retail mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*, 64–69.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh diskon pada aplikasi e-wallet terhadap pertumbuhan minat pembelian impulsif konsumen milenial di wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Kusuma, A. P., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan e-wallet di Kota Bandung. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 45–56.
- Leite, P. L., Pereira, V. M., Nardi, A. E., & Silva, A. C. (2014). Psychotherapy for compulsive buying disorder: A systematic review. *Psychiatry Research*, 219(3), 411–419. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2014.06.003>
- Leksono, A. W., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh self-knowledge dan self-deception terhadap pengelolaan uang saku. *Research and Development Journal of Education*, 6(1), 28–40.
- Lestari, R. T., & Fauzan, A. (2021). Pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Keuangan*, 5(2), 66–78.
- Lim, H., Heckman, S., & Letkiewicz, J. (2020). Financial planning and financial behavior: The moderating role of financial knowledge. *International Journal of Consumer Studies*, 44(6), 516–527. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12596>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless dan cardless sebagai perilaku transaksi di era digital. *Co-Management*, 3(2), 533–542.