

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KONTROL DIRI TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGGUNA E-WALLET  
DI KABUPATEN GRESIK**

**Rizqiyah Firdausi Nuzula<sup>1</sup>**  
[rizqiyah\\_180701024@umg.ac.id<sup>1</sup>](mailto:rizqiyah_180701024@umg.ac.id)

**Asri Rejeki<sup>2</sup>**  
[asrirejeki@umg.ac.id<sup>2</sup>](mailto:asrirejeki@umg.ac.id)

**Citrawanti Oktavia<sup>3</sup>**  
[citrawanti@umg.ac.id<sup>3</sup>](mailto:citrawanti@umg.ac.id)

<sup>123</sup> Universitas Muhammadiyah Gresik

***Abstract***

*A technological development and change in the field of finance is Financial Technology or fintech. The fintech industry presents electronic money payment systems in various forms. Electronic money can be in the form of smartcards with chips or application based. Electronic money can be used as a means of payment at certain merchants that collaborate with electronic money issuers. The easier buying and selling transactions today with the existence of emoney makes people vulnerable by behaving consumptively. Psychologically, it will be easier for someone to spend money in non-cash than cash. This study aims to determine the influence of Perceived Ease Of Use and Self-Control on Consumptive Behavior in E-Wallet Users in Gresik Regency. The result of this study is that there is a simultaneous influence of perception of convenience and self-control on consumptive behavior in E-Wallet users with a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ). In the regression test analysis, a significance value of 0.023 ( $p > 0.05$ ) was obtained, which means that there is no influence between the perception of convenience on consumptive behavior. The regression test obtained a significance value of -0.922 ( $p < 0.05$ ) which means that there is an influence between self-control and consumptive behavior. The results of the Square Test ( $R^2$ ) showed a figure of 0.506 which means that the variables of perception of convenience and self-control contributed 50.6% to the variables of consumptive behavior, while the remaining 49.4% were influenced by other variables that were not studied in this study. Advice for E-wallet users to be able to control every decision or action, especially in things that lead to high or excessive consumptive behavior.*

**Keywords:** *perceived ease of use, self-control, consumptive behavior.*

## Abstrak

Sebuah perkembangan dan perubahan teknologi dibidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. Industri *fintech* menghadirkan sistem pembayaran uang elektronik dalam berbagai bentuk. Uang elektronik dapat berbentuk *smartcards* dengan chip ataupun penggunaan aplikasi. Uang elektronik dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada merchant-merchant tertentu yang mengadakan kerjasama dengan penerbit uang elektronik. Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini dengan keberadaan *e-money* membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif. Secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non tunai dibanding tunai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna *E-Wallet*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh simultan persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Pada analisis uji regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,023 ( $p > 0,05$ ) yang berarti tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif. Uji regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar -0,922 ( $p < 0,05$ ) yang berarti terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Hasil Uji Square ( $R^2$ ) menunjukkan angka sebesar 0,506 yang berarti variabel persepsi kemudahan dan kontrol diri memberikan sumbangan sebesar 50,6% terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteleti pada penelitian ini. Saran untuk pengguna *E-wallet* agar dapat mengendalikan setiap keputusan ataupun tindakan, terlebih pada hal yang berujung pada perilaku konsumtif yang tinggi atau berlebihan.

**Kata Kunci :** persepsi kemudahan, kontrol diri, perilaku konsumtif

## PENDAHULUAN

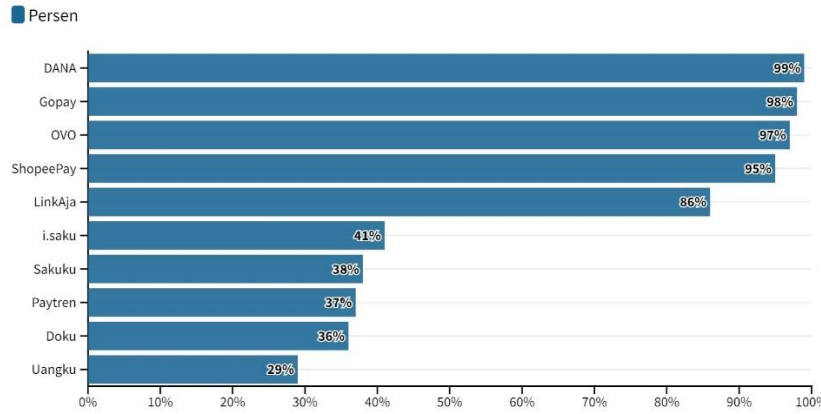
Sebuah inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. Teknologi finansial (*Financial Technology*) disingkat atau disebut dengan TekFin atau *Fintech*. Teknologi Finansial dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 merupakan penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran. Penyelenggara teknologi finansial yakni meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan manajemen resiko, pinjaman, pembiayaan dan penyedia modal, dan jasa finansial lainnya. Meskipun *fintech* bukan merupakan lembaga keuangan seperti perbankan namun *fintech* tetap diatur oleh Bank Indonesia agar konsumen atau masyarakat dapat terlindungi. Oleh karena itu perusahaan penyelenggara *fintech* wajib mendaftarkan perusahaannya pada Bank Indonesia ataupun Otoritas Jasa Keuangan (Rahmah, 2018 : 644).

Seiring dengan dikenalnya uang elektronik yang berbasis *chip* secara luas di tengah-tengah masyarakat, maka banyak perusahaan start up membangun bisnis *fintech* sehingga tercipta yang disebut *E-Wallet*. *E-Wallet* sebenarnya juga termasuk dalam uang elektronik atau *e-money*, perbedaannya pada media penyimpanan uang elektroniknya. *E-Wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik.

Tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *E-Wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi (Widyanti, 2020 : 55). Berikut adalah data penggunaan *E-Wallet* terbanyak di Indonesia pada tahun 2022 :

**10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia**

Q1 Tahun 2022



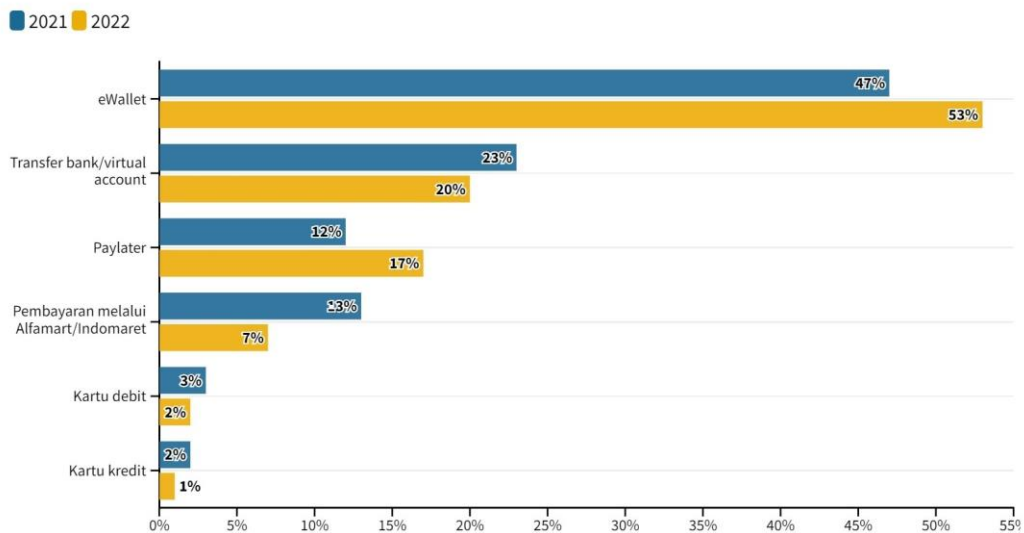
Sumber: DailySocial.id

**Gambar 1. Data Pengguna E-Wallet di Indonesia Pada Tahun 2022**

Hasil survei yang dilakukan oleh *Katadata Insight Center (KIC)* bersama dengan *Kredivo* menunjukkan bahwa *E-Wallet* jadi metode pembayaran digital yang paling sering digunakan oleh konsumen saat berbelanja di *eCommerce*. Persentasenya mencapai 53 persen pada tahun 2022.

**Metode Pembayaran Paling Sering Digunakan Saat Berbelanja di eCommerce**

Tahun 2021 & 2022



Sumber: KIC & Kredivo

**Gambar 2. Data Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan Saat Berbelanja Online**

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya Layanan *E-Wallet* atau dompet digital mengalami pertumbuhan paling pesat dibandingkan metode pembayaran lainnya. Adapun pada tahun sebelumnya, persentase konsumen yang menggunakan *eWallet* saat berbelanja *online* ialah sebesar 47 persen. Data ini menunjukkan bahwa *e-money* (uang elektronik) sudah banyak digunakan di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan hasil survey yang berjudul *Consumer expect cashless 6 society by 2030* menyatakan 42% responden merasakan bahwa kemunculan *e-money* sangat memudahkan hidup mereka (RBS Worldplay, 2009).

Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini dengan keberadaan *e-money* membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2016) yang berjudul pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh kemudahan serta kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh alat pembayaran *e-money*. Secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non tunai dibanding tunai. Fakta hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang cenderung konsumtif (Ramadani, 2016).

Pada hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka terbantu dengan adanya *E-Wallet* karena sangat mudah dioperasikan serta praktis untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Selain itu promosi dan diskon yang ditawarkan oleh layanan *E-Wallet* cukup berpengaruh pada keputusan pembelian karena subjek merasa mendapat keuntungan. Kemudahan dan promosi yang diberikan oleh layanan *E-Wallet* menyebabkan mayoritas subjek menjadi kurang dapat mengontrol pengeluarannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Laila Ramadani (2016) dengan judul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa, menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014. Hal ini dikarenakan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam aplikasi uang elektronik (*e-money*) sehingga penggunaan uang elektronik semakin meningkat dikalangan mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka akan semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang bersifat objektif, induktif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka atau score atau pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik (Hermawan, 2019: 16). Sedangkan menurut Sugiyono (2016 : 8) mengartikan metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Gresik yang berusia 18-40 tahun yang menggunakan aplikasi *E-wallet*. Berdasarkan data yang diperoleh setelah dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow didapatkan 384 sampel, namun yang bersedia mengisi kuesioner penelitian sebanyak 360 responden. Adapun yang lain menyatakan tidak bersedia mengisi kuesioner dan sisanya tidak menghiraukan. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan link kuesioner berbentuk *google form* melalui *whatsapp*, *instagram*, dan *telegram*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi variabel dependen (perilaku konsumtif) dan independen (persepsi kemudahan dan kontrol diri) telah menyebar secara normal atau tidak. Uji normalitas data dianalisa dengan menggunakan one sample Kolmogorov-Smirnov test dimana pengambilan keputusannya jika nilai monte carlo sig. > 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal (Ghozali 2021:218). Uji normalitas juga menggunakan alat bantu program *computer IBM Statistical Program for Social Science (SPSS) for windows* versi 26. Peneliti menggunakan uji normalitas residual karena jika menggunakan uji normalitas variabel secara terpisah, menunjukkan data tidak normal sehingga peneliti menggunakan cara lain agar data berdistribusi normal, yaitu dengan cara residual.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Persepsi Kemudahan dan Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif	0,189	Normal

Sumber : SPSS *version 26 For windows*

#### 2. Uji Linieritas

Uji linieritas ini dilakukan untuk mengetahui apakah diantara variabel independen (Y) dan variabel bebas (X) memiliki hubungan yang linier. Data dapat dikatakan linier apabila nilai signifikansi memiliki nilai lebih dari 0,05 (sig.>0,05) maka korelasi antar variabel dikatakan linier. Berikut dibawah ini merupakan hasil dari uji linieritas.

**Tabel 2. Hasil Uji Linieritas**

ANOVA TABLE		
Variabel	Nilai Sig. <i>Deviation From Linierity</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan, Perilaku Konsumtif	0,101	Linier
Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif	0,735	Linier

Berdasarkan hasil tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *Deviation From Linierity* pada variabel Persepsi Kemudahan dan Perilaku Konsumtif nilai sig. 0,101 > 0,05 . dan variabel Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif nilai sig. 0,735 > 0,05.

### 3. Uji Hipotesis

Berdasarkan perhitungan validitas dan reliabilitas terhadap item-item pada variabel perilaku konsumtif, persepsi kemudahan dan kontrol diri, item yang gugur tidak dapat digunakan. Sedangkan item-item yang sah berdasarkan perhitungan validitas dan reliabilitas pada variabel perilaku konsumtif, persepsi kemudahan dan kontrol diri, dapat digunakan saat proses analisis data penelitian. Pengujian Normalitas terhadap variabel perilaku konsumtif, persepsi kemudahan dan kontrol diri, datanya berdistribusi normal. Kemudian dilakukan analisis data untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Uji Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

**Tabel 3. Hasil Anova**

	F	Sig.
Regression	182.514	.000

Sumber : SPSS version 26 For windows

Pada tabel 4.12 Uji Anova diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel persepsi kemudahan (X1) dan kontrol diri (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y), dengan demikian hipotesis pertama diterima.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Regresi**

Unstandardized Coefficients				
Variabel	B	Std	Sig	Keterangan
(Constant)	103,529	3,269	0,000	
Persepsi Kemudahan, Perilaku Konsumtif	,023	,074	0,751	Tidak Ada pengaruh
Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif	-,922	,050	0,000	Ada pengaruh

Sumber : SPSS version 26 For windows

Nilai t-statistik bertujuan untuk menguji signifikansi konstruk, nilai koefisien regresi statistik dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dianggap signifikansi. Koefisien jalur menunjukkan korelasi antar konstruk, menunjukkan arah positif dan negatif. Berdasarkan tabel 4 Dapat diketahui :

- Pada persepsi kemudahan menunjukkan koefisien regresi berganda positif (0,023) dan sig. =  $0,751 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak artinya tidak ada pengaruh positif yang signifikan Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada penggunaan *E-Wallet*.
- Pada kontrol diri menunjukkan koefisien regresi berganda bertanda negatif (-0,922) dan sig. =  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima artinya ada pengaruh negatif yang signifikan Kontrol Diri (X<sub>2</sub>) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada penggunaan *E-Wallet*.

**Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
,711	,506

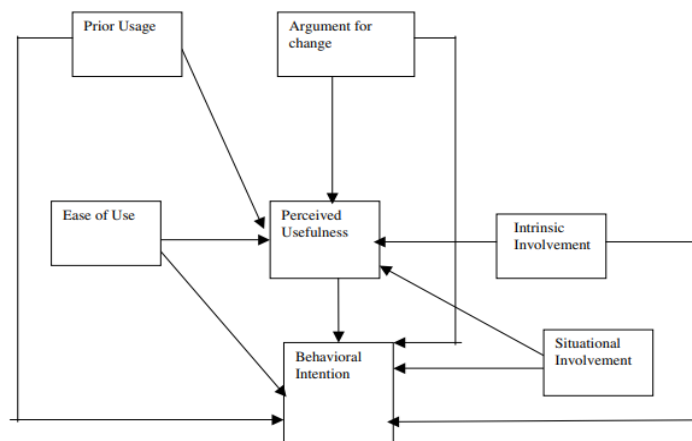
Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa prosentase yang diberikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diketahui bahwa R Square sebesar 0,506, yang berarti variabel persepsi kemudahan dan variabel kontrol diri memberikan pengaruh sebesar 50,6% terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteleti pada penelitian ini.

### **Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh antara persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet* responden sebanyak 360 mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis uji anova didapatkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima yang berarti terdapat pengaruh simultan persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet*.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulayya dan Mujiasih (2020) bahwa terdapat pengaruh yang negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pengguna *e-money*. Artinya, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *e-money*.

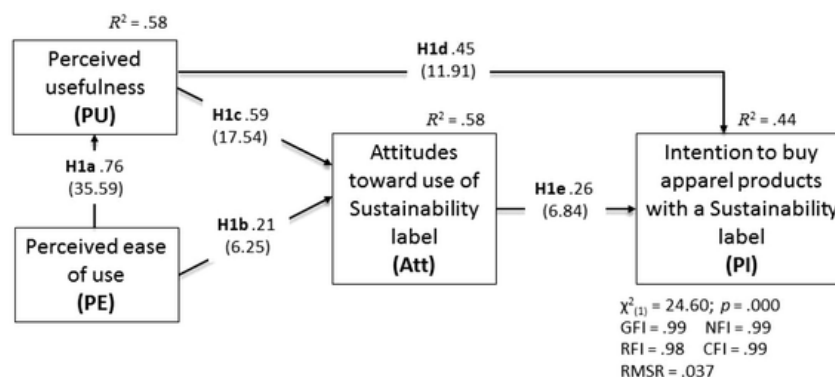
Berdasarkan hasil penelitian kali ini hasil koefisien regresi diketahui nilai variabel persepsi kemudahan sebesar 0,023 dengan nilai  $p = 0,751 > 0,005$ , maka hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak, artinya tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara persepsi kemudahan (X2) terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *E-Wallet*.



**Gambar 4. Hasil Analisis Gyampah (2007)**

Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Gyampah (2007) menyatakan bahwa adanya variabel lain yang bisa mempengaruhi niat perilaku. Hal ini dibuktikan dari penelitian Gyampah (2007) bahwa variabel lain yang dapat mempengaruhi niat perilaku atau niat untuk melakukan sesuatu sebelum variabel persepsi kemudahan yaitu variabel *perceived*

*usefulness* atau persepsi kegunaan. Sehingga berdasarkan penelitian terdahulu Gyampah ( 2007 ) pada penelitian ini persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif dikarenakan peneliti tidak melakukan penelitian pada variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti yang telah disebutkan.



**Gambar 3. Hasil Analisis Ma, Gam, dan Banning (2007)**

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ma, Gam dan Banning (2017) menyatakan bahwa konsumen cenderung memiliki dayatarik yang lebih positif yaitu sikap menguntungkan dan kemauan yang lebih besar untuk membeli berdasarkan. Maksudnya adalah konsumen cenderung memiliki kemauan yang lebih besar untuk membeli suatu produk yang berlabel keberlanjutan, dimana produk tersebut bisa disebut eco fashion yaitu produk yang berupaya untuk mengurangi dampak lingkungan fashion seperti polusi udara, air dan perubahan iklim.

Berdasarkan penelitian Ma, Gam dan Banning (2017) ada variabel lain yang bisa mempengaruhi niat beli. Hal ini dibuktikan dari penelitian Ma, Gam dan Banning (2017) bahwa variabel lain yang dapat mempengaruhi niat beli atau niat untuk membeli sesuatu sebelum variabel persepsi kemudahan yaitu variabel *attitude towards use of sustainability* atau sikap terhadap penggunaan keberlanjutan. Sehingga berdasarkan penelitian terdahulu Ma, Gam dan Banning (2017) pada penelitian ini persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif dikarenakan peneliti tidak melakukan penelitian pada variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti yang telah disebutkan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa hasil koefisien regresi diketahui nilai variabel kontrol diri sebesar -0,922 dengan nilai  $p = 0,000$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima artinya terdapat pengaruh negatif yang signifikan kontrol diri ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada pengguna *E-Wallet*, yang berarti semakin rendah kontrol diri seseorang akan semakin tinggi seseorang akan berperilaku konsumtif, begitupun sebaliknya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulayya (2020) menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara kedua variabel yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Begitupun sebaliknya, jika semakin rendah kontrol diri maka perilaku konsumtif pengguna *e-money* akan semakin tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan negatif antara kontrol diri



dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dapat diterima.

Hasil dari penelitian ini didukung dengan pendapat yang dikemukakan Munandar (2006) bahwa kontrol diri merupakan salah satu sifat keperibadian yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli barang dan jasa. Begitu juga dengan pendapat Mar'at (2018) bahwa individu yang memiliki Kontrol diri yang tinggi mampu mengendalikan diri dari materialisme. Materialisme yang rendah mampu mengurangi terjadinya pembelian kompulsif.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan adanya pengaruh simultan variabel persepsi kemudahan (X1) dan kontrol diri (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y), dengan demikian hipotesis pertama diterima. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan dan variabel kontrol diri memberikan pengaruh sebesar 50,6% terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteleki pada penelitian ini. Temuan penelitian ini memperluas penelitian sebelumnya tentang persepsi kemudahan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Acocella, J., & Calhoun, J. (1990). *Psychology of Adjustment & Human Relationships*. New York: McGraw-Hill.
- American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education. (1999). *Standards for educational and psychological testing*. American Educational Research Association.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1) 32-45.
- Averill, J. (1973 ). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological bulletin*, 286-303.
- Azwar, S. (2017). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumeister, R. F., Boden, J. M., & Smart, L. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: the dark side of high self-esteem. *Psychological review*, 103(1), 5.
- Boman, J., Krohn, M., & Gibson, C. (2012). Investigating friendship quality: An exploration of self-control and social control theories' friendship hypotheses. *Journal of youth and adolescence*, 41(11), 1526-1540.
- Chaplin, J., & Kartono, K. (1989). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran universitas sam ratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1).
- Coleman, S, J., Muttaqien, I., Widowatie, D. S., Purwandari, S., & Dariyatno. (2015). *Konstitusi dan Bentuk Pelaku Kelompok: Seri Dasar-Dasar Teori Sosial*. Nusa Media.

- D, A. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information System Quarterly*, 349-390.
- Desfayanti. (2021). Hubungan Kemudahan Penggunaan M-Banking Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pengguna Shopee. *Jurnal Psikologi Jambi*. 6(1). 2528-2735.
- Fariied, L., & Nashori, F. (2012). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Kecemasan Menghadapi Masa Pembebasan Pada Narapidana Di Lembaga Pemasaryakatan Wirogunan Yogyakarta. *KHAZANAH*, 5(2) 63-74.
- Forzano, L. B., & Logue, A. W. (1995). Self-Control And Impulsiveness In Children And Adults: Effects Of Food Preferences. *Journal Of The Experimental Analysis Of Behavior*, 64(1), 33-46.
- Fromm, E. (2008). *The Sane Society*. British : Library Catalouging in Publication Data.
- Ghufron, M., & Risnawita, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239-250.
- Gyampah, K. A. (2007). Perceived usefulness, user involvement and behavioral intention: an empirical study of ERP implementation. *Computers in Human Behavior* 23, 1232-1248.
- Hanim, L. (2011). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Era Globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum* 11, 56-66
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di indonesia: studi kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2): 193-213. Doi: 10.21009/JRMSI.
- Hartono, J. (2019). *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset ke Depan*. Jakarta: ANDI Kamus Besar Bahasa Indonesia Mengenai ArtiReservasi.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Metode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Hoffman , D. L., & Novak, T. P. (1996). Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations. *Journal of Marketing*, 60(3), 50-68.
- Hurlock, E. B. (2000). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan*. Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Gramedia.
- Hutami, L. T., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millenial Pada Tiga Startup“Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam. Hutami dan Septyarini / *Jurnal Manajemen*, 8(2), 136-145.
- Lazarus, R. ( 1976). *Pattern of Adjustment*. Tokyo: Mc Graw-Hill.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri . *PSIKOLOGIKA Nomor 4 Tahun 11 1997* , 5-13.
- Ma, Y. J., Gam, H. J., & Banning, J. (2017). Perceived ease of use and usefulness of sustainability labels on apparel products: application of the technology acceptance model. *Ma et al. Fash Text*. 4(1), 1-20.
- Mar’at, S., Lesmana, T., & Risnawaty, W. (2018). Application of Cognitive Behavior Therapy in Coping with Compulsive Buying on Online Shopping by Young Adult woman. 1-25.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65-67.
- Munandar, A. S. (2006). *Psikolog Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Prespektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 33-47.
- Ni'mah, R., & Yuliana, I. (2020). E-Wallet: Sistem Pembayaran dengan Prinsip Hifzul Maal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2). 52-66.
- Nugroho, B. A. (2016). Mekanisme Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai untuk E-Commerce di Indonesia Menggunakan E-Wallet. Paper Ujian Akhir Semester Sistem dan Teknologi Informasi, 1-12.
- Nurdin, N., & Basalamah, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial. *KIIIES 5.0*, 1, 518-531.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi kasus pt bank syariah mandiri cabang Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 5(2): 137-150
- Rahmayani, N. (2018). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology di Indonesia .2(1) 24-41.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E- Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. 8(1), 1-8.
- S, A. (2017). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Saputra, H. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 52-61.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo*, 7 (1), 2019, 37-46.
- Sugiyono. (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D). 2016. Bandung: PT Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Tangney, J. P., Boone, A. L., & Baumeister, R. F. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of personality*, 271-324.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271 -279.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134-164.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. Source: *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-63.