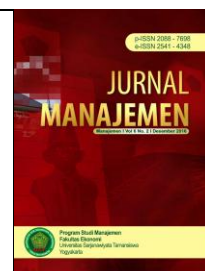




JURNAL MANAJEMEN

Terbit online : <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>



PERAN DIGITAL FINANCIAL LITERACY DALAM MEMODERASI PENGARUH DIGITAL PAYMENTS DAN CASH PAYMENTS TERHADAP SPENDING BEHAVIOR GENERASI MILENIAL

Ansella Jovita Teguh¹

Destya Wiranata²

Mahersya Christiani Setiawidiria³

Dewi Pertiwi⁴

^{1,2,3,4} Finance & Investment, School of Business and Management, Petra
Christian University
Email: dewi.pertiwi@petra.ac.id

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 1 Desember 2024	<i>The main objective of this study is to examine the effect of payment systems on spending behavior in the millennial generation in Surabaya, with digital financial literacy as a moderating variable.</i>
Revisi: 9 Desember 2024	
Terbit: 30 Desember 2024	
Kata Kunci: <i>Spending Behavior, Digital Payment, Cash Payment, Digital Financial Literacy</i>	
	<i>The research method used is a quantitative method with a causal research type. The data obtained came from respondents' answers through a questionnaire distributed online using Google Form with 107 respondents. Samples were taken using Purposive Sampling technique. The data analysis technique used is the Structural Equation Modeling (SEM) technique by utilizing the Smart-PLS program.</i>
	<i>The result of this study indicates that digital payment has a significant effect on spending behavior, where the convenience offered by digital payment can cause excessive spending. Cash payment also has an influence on spending behavior because it is difficult to remember how much spending has been done when using cash. The effect of digital financial literacy as moderating variable on the relationship between digital payments/cash payments and spending behavior is negatively correlated, where DFL does not function effectively as moderation in the relationship between DP/CP dan SB.</i>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor yang merubah gaya hidup dan kebiasaan masyarakat. Sektor keuangan merupakan salah satu sektor yang

mengalami pertumbuhan secara digitalisasi akibat kemajuan teknologi. Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi utama beralih dengan menggunakan *digital payment*. *Digital payment* merupakan pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana uang disimpan, di proses, dan diterima dalam bentuk informasi digital kemudian proses pemindahannya dilakukan melalui alat pembayaran elektronik (Houston, 2020).

Kegiatan konsumsi merupakan aktivitas yang selalu menjadi bagian dalam kehidupan manusia. Kegiatan konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seperti membeli makanan dan minuman, pakaian, kendaraan, dan lain sebagainya. Setiap orang tentunya memiliki pola konsumsi yang berbeda-beda, didasarkan pada kebutuhan dan prioritas masing-masing. Konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia secara langsung (Puspitasari & Indrarini, 2021). Namun, saat ini kebiasaan konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan. Konsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup atau *lifestyle*. Seringkali, kegiatan konsumsi dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan dan memperoleh kepuasan diri.

Kemudahan dalam bertransaksi dapat mendorong perilaku konsumtif masyarakat (Mujahidin, 2020). Definisi dari perilaku konsumtif merupakan kebiasaan belanja secara berlebihan sehingga dapat menimbulkan masalah keuangan (Andriani & Nugraha, 2018). Generasi milenial, sebagai *digital natives*, memiliki kecenderungan konsumtif yang lebih tinggi karena dipengaruhi oleh akses yang lebih mudah terhadap teknologi digital, termasuk metode pembayaran non-tunai (*cashless payment*) seperti *e-wallet* dan kartu kredit (Pantano et al., 2019). Dalam konteks pembayaran *cashless*, transaksi yang cepat dan praktis sering kali menciptakan ilusi "pengeluaran yang tidak terasa" dibandingkan pembayaran tunai (*cash*), di mana individu merasakan kehilangan uang secara fisik (Soman, 2001). Fenomena ini berkontribusi pada meningkatnya pembelian impulsif, yaitu perilaku membeli tanpa perencanaan yang matang, didorong oleh dorongan emosional spontan atau stimulus eksternal, seperti promosi diskon, tampilan produk, atau kemudahan bertransaksi (Verplanken & Sato, 2011). Pembayaran digital, yang semakin populer di kalangan milenial, mempercepat proses transaksi dan mengurangi hambatan psikologis dalam pengeluaran uang, sehingga meningkatkan risiko perilaku impulsif (Prabhaker, 2019).

Perilaku konsumtif dan pembelian impulsif pada generasi milenial semakin relevan dalam era digital saat ini, terutama dengan maraknya penggunaan metode pembayaran non-tunai (*cashless payment*). Studi yang dilakukan oleh (Shah et al., 2024) dalam konteks *mental accounting* menunjukkan bahwa pembayaran digital menciptakan "ilusi pengeluaran yang tidak terasa", di mana individu tidak merasakan kehilangan uang secara fisik seperti halnya pembayaran tunai (Soman, 2001). Hal ini memicu peningkatan pengeluaran yang tidak direncanakan (*overspending behavior*) karena transaksi digital dianggap lebih praktis, cepat, dan minim hambatan psikologis. Perilaku pengeluaran (*spending behavior*) mengacu pada pola dan kebiasaan individu dalam membelanjakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti emosional, psikologis, dan teknologi. Menurut Hou et al. (2021), perilaku pengeluaran berkaitan dengan cara individu memutuskan alokasi dana, baik untuk konsumsi kebutuhan primer, sekunder, maupun untuk kepuasan hedonis. Dalam konteks teknologi pembayaran, perilaku ini menjadi semakin kompleks karena metode pembayaran yang digunakan, seperti pembayaran tunai (*cash payments*) atau digital (*cashless payments*), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan pengeluaran.

Perilaku konsumtif juga disebabkan oleh kemampuan *digital financial literacy* seseorang. Menurut Dewi & Sunarto (2017) literasi keuangan akan membantu individu menjadi konsumen yang lebih cerdas, kritis dalam menilai kualitas, harga serta pelayanan dari suatu produk. Seseorang yang memiliki kemampuan *digital financial literacy* yang tinggi dapat dikatakan memiliki kemampuan dalam mengatur kegiatan konsumsi dengan baik. Sebaliknya, apabila seseorang memiliki kemampuan *digital financial literacy* yang rendah, pribadi tersebut akan memiliki kecenderungan konsumtif yang lebih tinggi.

Dalam konteks ini, *digital financial literacy* (DFL) memegang peranan penting sebagai variabel yang dapat memoderasi pengaruh antara metode pembayaran digital dan *spending behavior*. Individu dengan tingkat DFL yang tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memahami risiko dan manfaat dari transaksi digital, sehingga individu dapat mengontrol pengeluaran dengan lebih bijak dan rasional (Setiawan et al., 2022). Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital meningkatkan kerentanan individu terhadap perilaku konsumtif dan *overspending*, karena kurangnya pemahaman terhadap manajemen keuangan dalam ekosistem digital.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran merupakan sebuah mekanisme yang mencakup berbagai sistem perjanjian, pengaturan, fasilitas operasional, serta prosedur teknis yang digunakan untuk mengirimkan, menerima instruksi pembayaran, dan melaksanakan kewajiban dengan cara pertukaran nilai antar individu, bank, serta lembaga baik domestik maupun internasional (Sri Mulyati Tri Subari & Ascarya, 2003). Secara umum, sistem pembayaran dibagi menjadi dua jenis, yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non-tunai. Sistem pembayaran tunai dilakukan dengan menggunakan uang kartal seperti uang kertas dan uang logam. Uang kartal dibagi menjadi 2, yaitu uang kartal yang terbuat dari kertas disebut uang utama dan uang kartal yang terbuat dari logam disebut uang pembantu (Fahmi, 2015). Berdasarkan Undang-Undang yang berlaku, uang kertas yang diterbitkan oleh Bank Indonesia diakui sebagai alat pembayaran sah. Transaksi tunai cenderung dinilai lebih sederhana karena hanya melibatkan dua jenis instrumen saja.

Sistem pembayaran non-tunai dilakukan dengan menggunakan berbagai jenis alat seperti kartu, bilyet giro, dan cek. Selain itu, sistem pembayaran non-tunai juga dapat dilakukan dengan cara digital atau elektronik seperti transfer bank, *e-wallet*, dan QRIS. Jika dibandingkan dengan sistem pembayaran tunai, terdapat kelebihan dari sistem pembayaran non-tunai dimana pelanggan dapat secara langsung melakukan pembayaran tanpa memerlukan interaksi fisik (Fahimah & Harsono, 2023). Meningkatnya penggunaan sistem pembayaran non-tunai semakin menunjukkan bahwa masyarakat lebih suka metode tersebut karena lebih efisien. Pengaruh digitalisasi dinilai sebagai penyebab utama sistem pembayaran non-tunai semakin banyak digunakan, karena segala informasi yang ada dapat diakses secara langsung dan mudah melalui telepon genggam.

Digital payment mengacu pada transaksi melalui internet, dimana pembayar dan penerima, keduanya sama-sama menggunakan sistem digital. *Digital payment* melibatkan penggunaan media elektronik untuk bertransaksi seperti aplikasi, server, dan akun virtual (Nubika, 2018). Inovasi ini semakin membuat penggunaan uang tunai berkurang, sedangkan pembayaran digital terus berkembang dan berdampak pada sektor ekonomi. Hal tersebut menunjukkan bagaimana teknologi mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan keuangan.

Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, keamanan data menjadi salah satu tantangan utama. Oleh karena itu, selain mengetahui bagaimana cara kerja sistem *digital payment*, penting untuk mengetahui risiko yang terjadi.

Financial Literacy

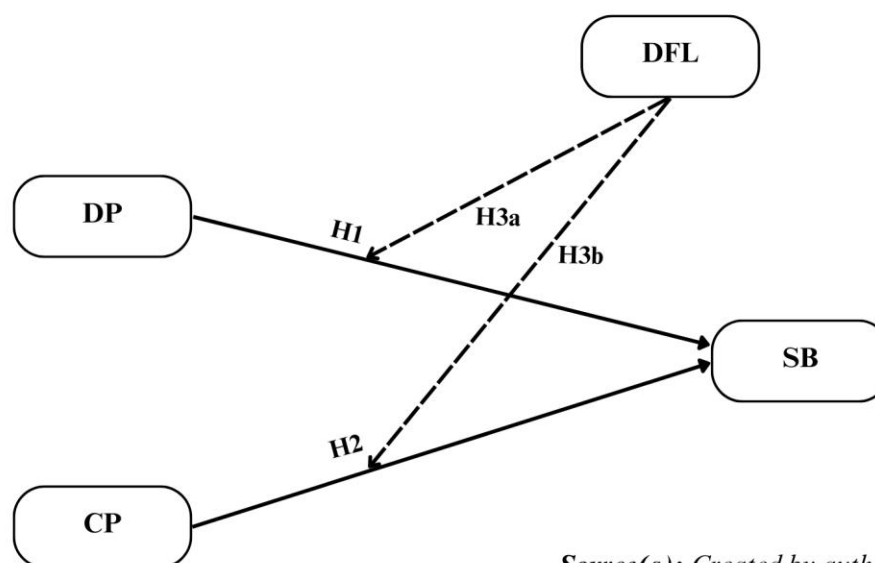
Literasi keuangan atau *financial literacy* dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam membuat keputusan transaksi sesuai dengan kepentingan mereka sendiri baik untuk kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang (Mandell, 2006). Tujuan literasi keuangan yaitu membantu setiap orang dalam mengelola uang yang dimiliki sehingga dapat menjalani kehidupan yang lebih baik.

Berkaitan dengan perkembangan teknologi dan sistem pembayaran digital (*digital payment*), keamanan data menjadi salah satu tantangan utama. Oleh karena itu, selain mengetahui bagaimana cara kerja sistem *digital payment*, penting untuk mengetahui lebih dalam mengenai DFL. DFL atau *digital financial literacy* merupakan pengetahuan yang berhubungan dengan cara bertransaksi dan tabungan daring (Prasad et al., 2018). Tony & Desai (2020) menyatakan bahwa DFL merupakan jembatan penghubung antara literasi keuangan dan platform digital, dalam studinya dapat diketahui bahwa digitalisasi sektor keuangan dapat meningkatkan kebiasaan berbelanja melalui platform digital. Secara teoritis, (OECD, 2018) juga menyatakan bahwa DFL bisa mendorong perilaku berbelanja atau *spending behavior*.

Setiawan et al., (2022) menyatakan tingkat DFL individu dipengaruhi oleh karakteristik sosialnya, salah satunya adalah usia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Morgan et al., (2019) dijelaskan bahwa tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan usia berpengaruh pada tingkat literasi keuangan masyarakat di Kamboja dan Vietnam. Literasi keuangan dinilai berdampak positif dan signifikan terhadap *spending behavior*. Tingkat literasi keuangan masyarakat menjadi faktor penentu dalam menggunakan sistem pembayaran non-tunai dalam kegiatan sehari-hari (Kamil, 2020). Selain itu, kemudahan dalam penggunaan pembayaran digital juga menjadi salah satu faktor peningkatan *spending behavior*.

Spending Behaviour

Menurut Setiawan et al., (2022), *spending behavior* merupakan perpaduan antara preferensi, tujuan, dan kebiasaan seseorang dalam menggunakan uang. Menurut (Wahyuningtyas &, 2021) perilaku ini mendorong masyarakat secara aktif dalam memperoleh dan menggunakan barang, berpartisipasi, dan mengembangkan opininya tentang kegiatan pembelian. Saat ini, pola konsumsi masyarakat naik secara signifikan dan masyarakat sendiri tidak bisa terlepas dari kebiasaan tersebut. Perilaku ini akan berpotensi terus meningkat seiring dengan perkembangan layanan pembayaran. Menurut (Birari & Patil, 2016), kelompok usia menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku belanja atau *spending behavior*. Setiap kelompok umur memiliki pola pengeluaran dan sistem pembayaran yang berbeda-beda. Disebutkan juga bahwa hal ini mempengaruhi kebiasaan belanja masing-masing generasi, termasuk sistem pembayaran yang akan digunakan.



Hipotesa

Berdasarkan literatur maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : *Digital Payments (DP)* berpengaruh signifikan terhadap *Spending Behavior (SP)*.
- H2 : *Cash Payments (CP)* berpengaruh terhadap *Spending Behavior (SP)*.
- H3a : *Digital Financial Literacy (DFL)* memoderasi pengaruh antara *Digital Payments (DP)* terhadap *Spending Behavior (SP)*.
- H3b : *Digital Financial Literacy (DFL)* memoderasi pengaruh antara *Cash Payments (CP)* terhadap *Spending Behavior (SP)*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran dengan *spending behaviour*. Populasi yang dituju merupakan generasi milenial yang tinggal di kota Surabaya sebanyak 107 responden. Sampel diambil menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dimana data yang diperoleh berasal dari jawaban responden melalui kuesioner yang disebarkan. Data tersebut diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria dan disebarkan secara *online* melalui Google Form. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik *Structural Equation Modelling (SEM)* untuk menguji keseluruhan model dengan hubungan antar variabel yang ada. Kami menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden dan menggunakan program Smart-PLS untuk mengolah data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang dibagikan dari 18 November 2024 hingga 7 Desember 2024, telah dilakukan dengan melakukan pendekatan kepada responden, menjamin anonimitas, serta ketersediaan menjadi partisipan sukarela. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kuesioner diadaptasi dari literatur yang ada dan kemudian disesuaikan dengan konteks yang lebih spesifik

dan sesuai. Responden dalam penelitian ini terdiri dari generasi milenial yang tinggal di Kota Surabaya yang berjumlah 107 responden. Mayoritas responden berusia antara 28 hingga 35 tahun, berjenis kelamin perempuan. Selain itu jika mengacu pada data pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden merupakan lulusan perguruan tinggi sarjana, dengan pendapatan bulanan antara Rp 5.000.001 - Rp 20.033.333.

Tabel 1. Demographic Characteristic

<i>Grouping</i>	<i>Frequency</i>	<i>%</i>
<i>Gender</i>		
Perempuan	65	60.7
Laki-laki	42	39.3
<i>Usia</i>		
28-35	77	72
36-43	30	28
<i>Pendidikan</i>		
<=SMA/SMK	6	5.6
S1	80	74.8
S2	19	17.8
S3	2	1.9
<i>Pendapatan</i>		
<= Rp 5.000.000	20	18.7
Rp 5.000.001 - Rp 20.033.333	55	51.4
Rp 20.033.334 - Rp 41.666.667	17	15.9
>= Rp 41.666.668	15	14
<i>Sistem Pembayaran</i>		
<i>E-wallet</i>	12	11.2
<i>Mobile Banking</i>	95	88.8

Source(s): Created by authors

Dengan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden program Smart-PLS dimanfaatkan untuk menilai validitas dan reliabilitas data yang diperoleh dari survei. Terdapat tiga jenis validitas yang digunakan, yaitu validitas isi, diskriminan, dan konvergen. Validitas isi diukur berdasarkan literatur yang relevan dan penilaian awal terhadap survei. Validitas diskriminan diperoleh dari hasil *cross loadings*, Fornell-Larcker *Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait* (HTMT). Sedangkan, untuk validitas konvergen diperoleh berdasarkan nilai dari *Average Variance Extracted* (AVE). Selain itu, terdapat pula dua indikator yang digunakan untuk uji reliabilitas, yaitu *Chronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Pada uji validitas dan reabilitas digunakan empat jenis indikator, yaitu *Factor Loadings* (FL), *Chronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE. *Factor Loadings* (FL) memiliki

tingkat validitas tinggi jika hasil yang didapat lebih tinggi dari 0.6. Sedangkan untuk *Chronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* memperoleh hasil diatas 0.7 dan AVE diatas 0.5. Keempat indikator ini berfungsi untuk uji validitas konvergen. Tetapi AVE juga digunakan untuk menentukan reliabilitas indikator dari masing-masing *construct*.

Tabel 2. Measurement Model

<i>Construct</i>	<i>Item</i>	<i>FL</i>	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Cash Payment (CP)</i>	CP1 ← CP	0.545	0.792	0.810	0.847	0.446
	CP2 ← CP	0.632				
	CP3 ← CP	0.605				
	CP4 ← CP	0.635				
	CP5 ← CP	0.752				
	CP6 ← CP	0.795				
	CP7 ← CP	0.678				
<i>Digital Financial Literacy (DFL)</i>	DFL 1 ← DFL	0.818	0.851	0.859	0.894	0.628
	DFL 2 ← DFL	0.748				
	DFL 3 ← DFL	0.792				
	DFL 4 ← DFL	0.747				
	DFL 5 ← DFL	0.854				
<i>Digital Payments (DP)</i>	DP1 ← DP	0.699	0.765	0.781	0.831	0.417
	DP2 ← DP	0.722				
	DP3 ← DP	0.663				
	DP4 ← DP	0.515				
	DP5 ← DP	0.699				
	DP6 ← DP	0.704				
	DP7 ← DP	0.471				
<i>Spending Behavior (SB)</i>	SB1 ← SB	0.774	0.891	0.898	0.917	0.649
	SB2 ← SB	0.851				
	SB3 ← SB	0.802				
	SB4 ← SB	0.877				
	SB5 ← SB	0.712				
	SB6 ← SB	0.810				
	DFL × CP →	1.000				
	DFL × CP					
	DFL × DP →	1.000				
	DFL × DP					

Source(s): Created by authors

Berdasarkan nilai FL, *Chronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE yang mengacu pada Tabel 2, ditemukan bahwa sebagian besar nilai yang diperoleh telah memenuhi batas penerimaan yang telah ditetapkan. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi serta telah memenuhi kriteria untuk melakukan pengujian lebih lanjut. Dalam hal ini, dilakukannya uji validitas diskriminan yang dilakukan

dengan Fornell Larcker *Criterion*. Nilai korelasi untuk setiap variabel dengan variabel itu sendiri akan dibandingkan nilainya. Apabila nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dari nilai korelasi yang dihasilkan, maka model dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 3. Fornell – Lacker *Criterion*

<i>Construct</i>	CP	DFL	DP	SB
CP	0.668			
DFL	0.234	0.793		
DP	0.559	0.488	0.646	
SB	0.559	0.406	0.689	0.806

Berdasarkan hasil perhitungan dari Fornell - Larcker *Criterion* yang mengacu pada Tabel 3, seluruh hasilnya telah melampaui nilai dari indikator AVE. Dengan demikian, uji validitas diskriminan dengan menggunakan Fornell - Larcker *Criterion* dapat diterima karena hasilnya telah memenuhi kriteria. Selain itu, validitas diskriminan juga dapat diukur dengan menggunakan indikator *cross loading*, dimana hasilnya dapat diterima apabila nilai variabelnya lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai *Factor Loadings* (FL) pada setiap *construct*. Kemudian, uji validitas diskriminan berikutnya dilakukan dengan menggunakan pendekatan HTMT. Nilai HTMT yang lebih rendah dari 0.85 dinilai sebagai validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4. *Cross Loadings*

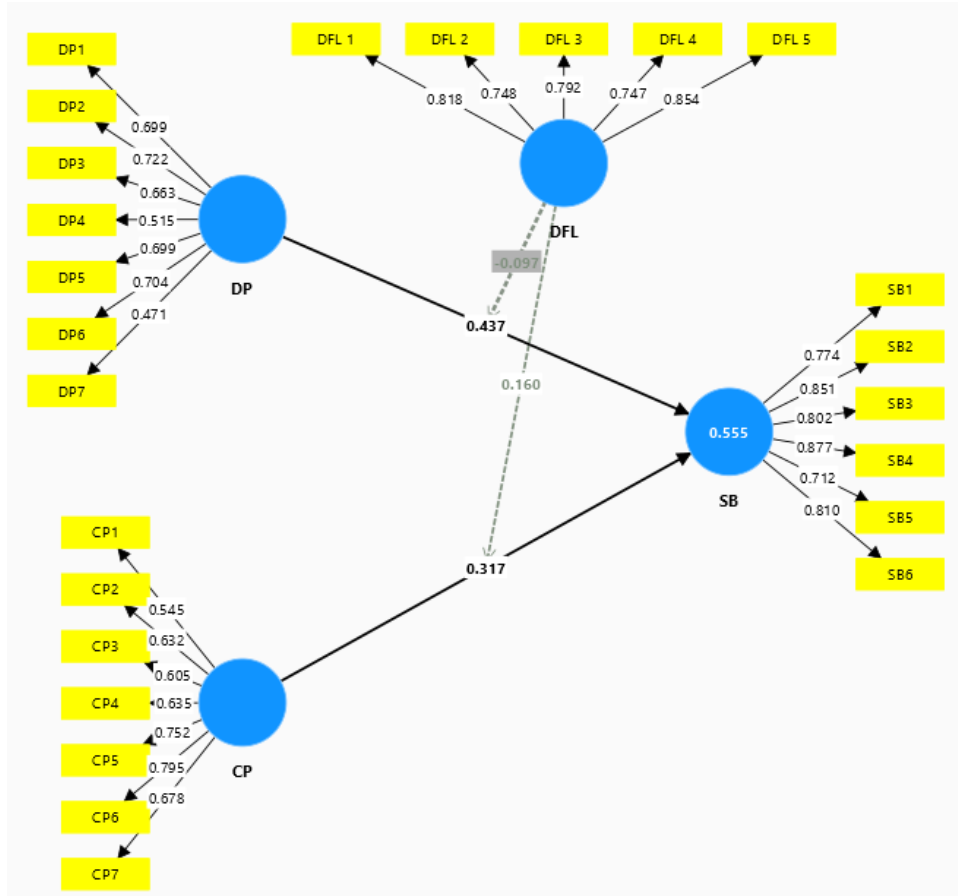
<i>Construct</i>	CP	DFL	DP	SB	DFL x DP	DFL x CP
CP1	0.545	0.082	0.254	0.246	-0.093	-0.111
CP2	0.632	0.051	0.351	0.365	-0.018	-0.023
CP3	0.605	-0.127	0.397	0.313	0.091	-0.020
CP4	0.635	-0.080	0.365	0.317	0.085	-0.022
CP5	0.752	0.377	0.510	0.493	-0.232	-0.284
CP6	0.795	0.158	0.369	0.417	-0.033	-0.126
CP7	0.678	0.454	0.325	0.393	-0.160	-0.352
DFL1	0.130	0.818	0.382	0.355	-0.358	-0.103
DFL2	0.194	0.748	0.350	0.296	-0.241	-0.093
DFL3	0.180	0.792	0.445	0.343	-0.308	-0.135
DFL4	0.215	0.747	0.348	0.263	-0.321	-0.159
DFL5	0.221	0.854	0.400	0.340	-0.415	-0.245
DP1	0.338	0.590	0.699	0.527	-0.499	-0.223
DP2	0.356	0.560	0.722	0.520	-0.564	-0.251
DP3	0.259	0.482	0.663	0.476	-0.363	-0.214
DP4	0.372	-0.103	0.515	0.303	-0.089	0.029
DP5	0.309	0.286	0.669	0.480	-0.213	-0.035
DP6	0.437	0.169	0.704	0.463	-0.024	0.057
DP7	0.566	-0.077	0.471	0.327	0.029	-0.036
SB1	0.390	0.317	0.497	0.774	-0.221	-0.010
SB2	0.414	0.314	0.563	0.851	-0.215	0.037
SB3	0.471	0.169	0.638	0.802	-0.175	0.004
SB4	0.506	0.404	0.589	0.877	-0.329	-0.188
SB5	0.427	0.206	0.453	0.712	-0.227	-0.132
SB6	0.480	0.521	0.609	0.810	-0.387	-0.165
DFL x CP	-0.220	-0.186	-0.169	-0.097	0.596	1.000
DFL x DP	-0.096	-0.417	-0.423	-0.326	1.000	0.596

Tabel 5. HTMT Result

Construct	CP	DFL	DP	SB	DFL x DP	DFL x CP
CP						
DFL	0.373					
DP	0.776	0.622				
SB	0.647	0.456	0.826			
DFL x DP	0.171	0.450	0.451	0.341		
DFL x CP	0.226	0.201	0.215	0.118	0.596	

Hasil perhitungan indikator *cross loadings* yang mengacu pada Tabel 4, memperoleh hasil dimana seluruh nilainya berada di bawah nilai *Factor Loading*-nya. Dapat disimpulkan bahwa uji validitas diskriminan dengan menggunakan indikator tersebut memperoleh hasil validitas yang baik dan dapat dilanjutkan uji validitas diskriminan dengan menggunakan pendekatan HTMT. Pada hasil nilai HTMT yang mengacu pada Tabel 5, terlihat bahwa semua nilai dalam tabel lebih rendah atau kurang dari 0.85. Maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas diskriminan dengan menggunakan pendekatan HTMT menunjukkan validitas diskriminan yang baik. Selanjutnya dilakukanlah pengujian hipotesis untuk memberikan gambaran tentang kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel yang akan diuji dalam model.

Hasil dari pengujian hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti *Path Coefficient* atau Beta, *T-Value*, *P-Value*, dan *Effect Size* (*f-square*). Nilai beta digunakan dalam menunjukkan kekuatan pengaruh antara variabel independen dan dependen. Apabila nilai beta positif maka hal tersebut mengindikasikan adanya hubungan antar variabel. Sedangkan indikator nilai *T-value* digunakan untuk menentukan signifikansi adanya hubungan dan *P-value* menjadi nilai yang akan menunjukkan apakah hipotesis nol dapat ditolak atau diterima. Keputusan akan dibuat berdasarkan nilai *T-Value* dan *P-Value*. Hubungan yang signifikan ditunjukkan dengan nilai *T-Value* ≥ 1.96 dan *P-Value* < 0.05 , maka hipotesis diterima. Sebaliknya, hubungan yang tidak signifikan ditunjukkan dengan nilai *T-Value* < 1.96 dan *P-Value* ≥ 0.05 . Maka, hipotesis tersebut akan ditolak dan menunjukkan bahwa hipotesis tersebut tidak ada pengaruh yang signifikan. Faktor terakhir dalam pengujian hipotesis adalah nilai *f-square*. *F-square* membantu dalam mengukur seberapa besarnya pengaruh hubungan antar variabel dengan variabel dependen. Apabila hasil *f-square* ≥ 0.02 maka memiliki efek kecil, dilanjutkan dengan hasil *f-square* ≥ 0.15 maka memiliki efek sedang, dan hasil *f-square* ≥ 0.35 dengan efek besar.



Tabel 6. Results of hypotheses

Hypothesis	Relationship	β	T-value	P-value	F ²	Decision
1	CP → SB	0.317	2.922	0.003	0.133	Accept
2	DP → SB	0.437	4.000	0.000	0.198	Accept
Moderation results						
3	DFL x DP → SB	-0.097	1.385	0.166	0.032	Reject
4	DFL x CP → SB	0.16	1.699	0.689	0.036	Reject

Pengaruh Digital Payments (DP) terhadap Spending Behavior (SB)

Mengacu pada Tabel 6, diperoleh nilai beta positif sehingga mengindikasikan adanya hubungan antara variabel DP dengan SB. Selain itu, juga ditemukan hasil *T-value* sebesar 4.000 (≥ 1.96) dan *P-value* sebesar 0.000 (< 0.05) sehingga menandakan adanya pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut. Hasil *F²* sebesar 0.198 mengindikasikan pengaruh yang signifikan antara DP dengan SB. Berdasarkan nilai-nilai yang diperoleh tersebut, hipotesis H2 dalam penelitian ini dapat diterima. Temuan ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa metode pembayaran digital, seperti *e-wallet*, kartu kredit, dan aplikasi pembayaran berbasis QR code, memainkan peran penting dalam membentuk pola pengeluaran individu, khususnya pada generasi yang disebut sebagai *digital natives*. DP memberikan kemudahan akses dan kecepatan dalam menyelesaikan transaksi, sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna. Generasi milenial, yang akrab dengan teknologi, lebih cenderung menggunakan

metode ini untuk pembelian sehari-hari, karena mengurangi hambatan waktu dan proses administratif. Hal ini mendorong individu untuk lebih sering berbelanja, bahkan untuk kebutuhan yang tidak direncanakan (Hou et al., 2021). Hasil ini didukung dengan data dari responden dimana sebesar 88.8% responden lebih sering menggunakan *mobile banking* dan sisanya lebih sering menggunakan *e-wallet*. *Mobile banking* yang sering digunakan adalah BCA Mobile dengan persentase sebesar 90.5%, Livin by Mandiri sebesar 20%, dan sisanya merupakan *mobile banking* lain. Sementara untuk *e-wallet* yang sering digunakan ialah ShopeePay sebesar 75%, OVO sebesar 50%, GoPay sebesar 41,7%, dan DANA sebesar 8.3%. Responden juga menyatakan bahwa penggunaan *mobile banking* dan *e-wallet* memiliki keunggulan dalam kemudahan ketika bertransaksi, keamanan, kecepatan pengiriman dana, dan masih banyak lagi. Berdasarkan hasil survei, sebagian besar responden setuju bahwa efisiensi dan kemudahan DP tersebut dapat menyebabkan pengeluaran secara berlebihan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa DFL membantu individu memahami dan menggunakan produk serta layanan keuangan digital secara efektif. Hal ini mencakup kemampuan untuk mengelola aktivitas keuangan, seperti pembayaran digital, belanja *online*, dan alokasi dana, yang semuanya berdampak langsung pada perilaku pengeluaran (Clarence & Pertiwi, 2023).

Pengaruh Cash Payments (CP) terhadap Spending Behavior (SB)

Nilai beta pada hubungan antara *cash payment* dengan *spending behavior* adalah positif. Dapat disimpulkan bahwa variabel CP dan SB saling berpengaruh. *T-value* bernilai 2.922 yang dimana ≥ 1.96 sehingga hipotesis diterima. Semakin tinggi nilai *T-value* maka semakin tinggi juga pengaruh antar variabel tersebut. Selain itu didapatkan bahwa nilai *P-Value* sebesar 0.003 yang dimana nilai *P-Value* < 0.05 . Hal ini memperkuat hipotesis bahwa terdapat pengaruh antara CP dan SB. Hasil F^2 sebesar 0.133 mengindikasikan pengaruh yang medium. Temuan ini menggarisbawahi peran penting pembayaran tunai dalam membentuk pola pengeluaran individu, meskipun di era digital, pembayaran tunai masih relevan dan memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari pembayaran digital. Pada penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa metode pembayaran tunai cenderung membuat seorang individu lebih sadar akan pengeluaran yang mereka lakukan jika dibandingkan dengan metode pembayaran non-tunai. Terlepas dari era teknologi yang sudah modern dan banyaknya penggunaan sistem pembayaran digital, pembayaran menggunakan tunai tetap menjadi pilihan yang disukai oleh banyak generasi milenial. Apabila melihat dari sisi keamanan, informasi pribadi dan dana lebih aman dengan tidak adanya biaya tambahan. Namun, melalui survei yang dilakukan, responden merasa bahwa sistem pembayaran tunai membutuhkan usaha yang lebih besar dan waktu pemrosesan yang lebih lama. Meskipun memakan waktu dan membutuhkan usaha lebih, sebagian responden memiliki kontrol yang lebih baik terhadap perilaku belanja. Hal ini disebabkan oleh sifat visual dari uang tunai yang secara tidak langsung membuat konsumen lebih sadar akan jumlah uang yang dikeluarkan. Pembayaran tunai memunculkan "*pain of paying*" yang lebih besar dibandingkan dengan pembayaran digital. Saat membayar menggunakan uang fisik, individu secara langsung merasakan kehilangan uang karena adanya interaksi fisik dengan uang tunai. Hal ini menciptakan pengendalian psikologis yang lebih kuat dalam pengeluaran, karena individu menjadi lebih sadar terhadap jumlah uang yang mereka keluarkan (Soman, 2001).

Digital Financial Literacy (DFL) memoderasi pengaruh antara Digital Payments (DP) terhadap Spending Behavior (SP)

Diperoleh nilai beta pada pengaruh *digital financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap pengaruh antara *digital payments* terhadap *spending behavior* sebesar -0.097 , *T-value* sebesar 1.385 dan *P-value* sebesar 0.166 sehingga mengindikasikan DFL tidak memoderasi pengaruh antara DP terhadap SP. Ketiga hasil tersebut tidak memenuhi kriteria, sehingga hipotesis H3a ditolak. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Digital Financial Literacy* (DFL) tidak memoderasi pengaruh antara Digital Payments (DP) terhadap *Spending Behavior* (SP) pada generasi milenial mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan digital tidak cukup kuat untuk mengurangi atau memperkuat hubungan antara metode pembayaran digital dan pola pengeluaran. Salah satu alasan utama pengaruh langsung DP terhadap SB adalah hilangnya *pain of paying* dalam transaksi digital. Hilangnya rasa kehilangan uang secara fisik ini memiliki dampak psikologis yang kuat, yang bahkan individu dengan *Digital Financial Literacy* tinggi sulit untuk mengatasi. Akibatnya, moderasi dari DFL terhadap hubungan ini menjadi tidak signifikan. Generasi milenial, yang terbiasa dengan teknologi, cenderung menganggap pembayaran digital sebagai bagian integral dari gaya hidupnya. Hal ini membuat perilaku pengeluaran lebih dipengaruhi oleh norma sosial dan lingkungan digital, daripada tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki. Temuan ini menunjukkan bahwa efek DFL dapat tereduksi dalam konteks generasi yang sudah sangat terpapar teknologi.

Digital Financial Literacy (DFL) memoderasi pengaruh antara Cash Payments (CP) terhadap Spending Behavior (SP).

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai beta positif sebesar 0,16. Terdapat juga nilai *T-value* sebesar 1.699 dan nilai *P-value* sebesar 0.689 yang menunjukkan bahwa DFL tidak memoderasi pengaruh antara CP terhadap SB. Berdasarkan perolehan nilai, dapat diketahui bahwa hipotesis H3b ditolak karena tidak memenuhi syarat penilaian. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa DFL tidak memoderasi pengaruh antara CP terhadap (SP) pada generasi milenial, mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital tidak relevan dalam memengaruhi hubungan antara metode pembayaran tunai dan pola pengeluaran. DFL berfokus pada kemampuan individu memahami dan menggunakan teknologi keuangan digital, seperti *e-wallet*, aplikasi pembayaran, atau platform berbasis internet. Dalam konteks pembayaran tunai, yang tidak memanfaatkan teknologi digital, literasi ini menjadi kurang relevan. Dengan demikian, pengaruh pembayaran tunai terhadap SB terjadi secara langsung tanpa dipengaruhi oleh tingkat DFL. Transaksi tunai bersifat sederhana dan tidak memerlukan pemahaman mendalam tentang sistem keuangan atau teknologi. Hal ini membuat perilaku pengeluaran dalam pembayaran tunai lebih bergantung pada faktor seperti kebiasaan, kebutuhan langsung, dan jumlah uang fisik yang tersedia, bukan pada tingkat literasi keuangan digital.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital Payments* (DP) dan *Cash Payments* (CP) secara signifikan memengaruhi *Spending Behavior* (SP) pada generasi milenial, di mana DP cenderung meningkatkan risiko *overspending behavior* karena kemudahan transaksi dan hilangnya "*pain of paying*," sementara CP memberikan kontrol lebih melalui interaksi fisik dengan uang tunai. Namun, *Digital Financial Literacy* (DFL) tidak memoderasi pengaruh

keduanya terhadap SP, mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital belum cukup kuat untuk mengurangi dampak teknologi pembayaran terhadap pola pengeluaran. Oleh karena itu, edukasi keuangan yang lebih fokus pada strategi kontrol pengeluaran, pengembangan fitur kontrol di platform pembayaran digital, dan pendekatan yang memperhatikan perbedaan karakteristik metode pembayaran diperlukan untuk membantu individu, khususnya generasi milenial, mengelola pengeluarannya dengan lebih bijak. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi faktor lain yang memoderasi hubungan ini, seperti *self-control* atau *financial attitude*, serta memperluas studi ke kelompok generasi lain.

REFERENSI

- Andriani, D., & Nugraha, N. (2018). Spending habits and financial literacy based on gender on employees. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407, 012089. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012089>
- Birari, A., & Patil, U. (2016). Spending & Saving Habits of Youth in the City of Aurangabad. *The SIJ Transactions on Advances in Space Research & Earth Exploration*, 4(5), 6–13. <https://doi.org/10.9756/SIJASREE/V4I5/0203230101>
- Clarence, J., & Pertiwi, D. (2023). Financial Management Behavior Among Students: The Influence Of Digital Financial Literacy. *International Journal of Financial and Investment Studies*, 4(1), 9-16. <https://doi.org/10.9744/ijfis.2.1.9-16>
- Dewi, N., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*.
- Fahimah, H. M., & Harsono, M. (2023). Literature Review of The Evolution of Payment System Paradigms: From Cash to Cashless with Digital Payment. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 6(3). <https://doi.org/10.20961/shes.v6i3.81553>
- Fahmi, I. (2015). Manajemen Perbankan: Konvensional dan Syariah.
- Hou, L., Hsueh, S.-C., & Zhang, S. (2021). Digital payments and households' consumption: a mental accounting interpretation. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(7), 2079-2093.
- Houston, D. D. (2020). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67. [https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Kamil, I. (2020). Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services.
- Mandell, L. (2006). Teaching Young Dogs Old Tricks: 2006.
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nubika, I. (2018). Bitcoin: Mengenal Cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial.
- OECD (2018), Financial Markets, Insurance and Private Pensions: Digitalisation and Finance. <https://doi.org/10.1787/0021e92e-en>
- Pantano, E., Pizzi, G., Scarpi, D., & Dennis, C. (2019). Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. *Journal of Business Research*, 116, 209-213.
- Prabhaker, P. (2019). Consumer behavior and digital payments. *Journal of Marketing*

- Research, 56(2), 102-120.
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5, 23–32.
<https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I., & Sapulette, M. S. (2022). Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(4), 320–338.
<https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- Shah, M. U. D., Khan, I. U., & Khan, N. U. (2024). The role of digital payments in overspending behavior: A mental accounting perspective. *International Journal of Emerging Markets, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2023-1313>
- Soman, D. (2001). Effects of payment mechanism on spending behavior: The role of rehearsal and immediacy of payments. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 460–474.
- Sri Mulyati Tri Subari, S., & Ascarya. (2003). Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia.
- Tony, N., & Desai, K. (2020). Impact Of Digital Financial Literacy On Digital Financial Inclusion. 9(01).
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197-210.
- Wahyuningtyas, S. N., & . S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, dan Promosi Penjualan Online terhadap Perilaku Belanja Online. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 47–60.
<https://doi.org/10.26740/jpeka.v5n1.p47-60>