

Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* (QRIS) dan *Financial Literacy* terhadap *Impulsive Buying* dengan Mediasi *Self-control* Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret

Aliya Wahidatul Janah, Sudarno ✉

^{1,2} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Sebelas Maret

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai penggunaan *digital payment* (QRIS), *financial literacy*, *self-control*, dan *impulsive buying* pada mahasiswa. Kemudahan penggunaan *digital payment* serta kondisi *financial literacy* mahasiswa menjadi hal yang perlu dikaji dalam kaitannya dengan perilaku *impulsive buying*, terutama dengan mempertimbangkan peran *self-control*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* terhadap *impulsive buying* dengan *self-control* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *self-control* dan *impulsive buying*. Selanjutnya, *self-control* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *self-control* memediasi hubungan penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* terhadap *impulsive buying*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *self-control* berperan dalam hubungan antara penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* dengan *impulsive buying* pada mahasiswa.

Kata Kunci: *digital payment; financial literacy; impulsive buying; self-control*

Abstract

This study discusses the use of digital payment, financial literacy, self-control, and impulsive buying among university students. The convenience of digital payment and the level of financial literacy among students need to be examined in relation to impulsive buying behavior, particularly by considering the role of self-control. The study aims to examine the effects of digital payment (QRIS) and financial literacy on impulsive buying with self-control as a mediating variable among students at Universitas Sebelas Maret. A quantitative approach with a survey method was employed. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that digital payment (QRIS) and financial literacy significantly affect self-control and impulsive buying. Furthermore, self-control significantly affects impulsive buying. The mediation analysis indicates that self-control mediates the relationship between digital payment (QRIS) and financial literacy and impulsive buying. These findings indicate that self-control plays a role in the relationship between digital payment (QRIS), financial literacy, and impulsive buying among university students.

Keywords: *digital payment; financial literacy; impulsive buying; self-control*

Copyright (c) 2026 Sudarno

✉ Corresponding author :

Email Address : sudarno68@staff.uns.ac.id

PENDAHULUAN

Perubahan pola konsumsi masyarakat menjadi salah satu konsekuensi dari semakin luasnya pemanfaatan teknologi *digital*. Berbagai aktivitas ekonomi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke layanan berbasis *digital*. Kehadiran sistem pembayaran *digital* membuat transaksi dapat diselesaikan dengan lebih cepat, praktis dan efisien sehingga masyarakat tidak lagi bergantung kepada uang tunai. Dibalik kemudahan tersebut, penggunaan sistem pembayaran *digital* juga berpotensi mempengaruhi cara individu dalam mengambil keputusan konsumsi. Salah satu perilaku yang dapat dikaitkan dengan kondisi ini adalah *impulsive buying*. *Impulsive buying* dikenal dengan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa didahului perencanaan yang matang (Holik & Santika, 2025: 137)

Fenomena *impulsive buying* menjadi perhatian karena banyak konsumen yang melakukannya. Servei dari Populix dalam Putri, Yustati dan Hartini (2026: 141) menunjukkan bahwa lebih dari separuh masyarakat Indonesia pernah melakukan *impulsive buying*. Selain itu, Goodstats juga melaporkan bahwa sekitar 12% konsumen Indonesia memiliki kecenderungan *impulsive buying* yang ditandai dengan membeli barang tanpa adanya rencana yang matang. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku *impulsive buying* menjadi salah satu karakteristik konsumsi masyarakat ditengah berkembangnya teknologi *digital*.

Perilaku *impulsive buying* dapat terjadi pada semua kalangan termasuk mahasiswa. Mahasiswa sebagai kalangan aktif pengguna teknologi *digital* cenderung lebih sering memanfaatkan teknologi untuk kebutuhan mulai dari menunjang kegiatan perkuliahan hingga kebutuhan pribadi (Emiliyana, Asakdiyah & Susanto, 2025: 80). Tingginya aktivitas konsumsi membuat mahasiswa dihadapkan dengan berbagai pilihan ketika melakukan pembelian. Oleh karena itu, mahasiswa menjadi kelompok yang relevan untuk mengkaji kecenderungan *impulsive buying*.

Salah satu faktor yang diduga berkontribusi terhadap munculnya *impulsive buying* adalah penggunaan *digital payment*. Perkembangan *digital payment* di Indonesia semakin meningkat. Salah satu bentuk *digital payment* yang mengalami pertumbuhan pesat adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Bank Indonesia menyebutkan jumlah pengguna QRIS semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023 jumlah pengguna tercatat sebesar 45,03 juta. Selanjutnya pada tahun 2024 jumlah pengguna meningkat menjadi 48,12 juta. Peningkatan tersebut berlanjut pada tahun 2025 dengan total pengguna QRIS mencapai 57 juta, yang menunjukkan bahwa penggunaan sistem *digital payment* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan serta mencerminkan adanya perubahan pola transaksi masyarakat ke arah yang lebih mudah, praktis, cepat dan berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pembayaran *digital* semakin mudah dijangkau dan digunakan dalam kegiatan konsumsi sehari-hari. Kemudahan dan

kecepatan transaksi melalui QRIS berpotensi mengurangi pertimbangan individu sebelum melakukan pembelian, sehingga mendorong munculnya keputusan pembelian secara spontan dan tidak direncanakan. Kondisi ini menjadi relevan dalam kajian *impulsive buying*, terutama pada mahasiswa yang perlu mengelola pengeluaran dengan sumber daya keuangan yang terbatas.

Meskipun penggunaan *digital payment* (QRIS) memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi, kemudahan tersebut bukan satu-satunya yang mempengaruhi keputusan konsumsi. Cara individu mengelola keuangan pribadi juga menjadi faktor yang berperan dalam menentukan keputusan konsumsi. Kemampuan tersebut dikenal sebagai *financial literacy* (Dewi, Rusdarti & Sunarto, 2017: 30). *Financial literacy* berperan membentuk kemampuan individu untuk mempertimbangkan keputusan ekonomi secara rasional sehingga dapat mengurangi kecenderungan *impulsive buying*. Menurut Aprilia et al. (2025: 71) *financial literacy* memberikan pengetahuan mengenai cara ataupun metode mengelola keuangan, sehingga individu dapat dengan bijak mengalokasikan dana.

Selain *financial literacy*, kemampuan individu dalam mengendalikan diri (*self-control*) juga berperan penting dalam mempengaruhi perilaku *impulsive buying*. Kemudahan yang ditawarkan *digital payment* (QRIS) serta kemampuan dalam mengelola keuangan belum tentu mampu mencegah mahasiswa melakukan pembelian spontan apabila tidak diimbangi dengan *self-control*. Dalam proses pengambilan keputusan konsumsi, *self-control* berfungsi sebagai mekanisme yang membantu individu menilai setiap pilihan sebelum bertindak. Kemampuan ini memungkinkan seseorang untuk menunda atau menahan keinginan yang muncul secara spontan sehingga keputusan pembelian lebih didasarkan pada kebutuhan.

Penggunaan *digital payment* (QRIS) berkaitan dengan kemampuan mahasiswa mengendalikan dorongan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Kemudahan dan kecepatan transaksi QRIS memungkinkan mahasiswa merealisasikan keinginan membeli barang secara praktis sehingga kesempatan untuk mempertimbangkan kebutuhan dan konsekuensi sebelum membayar relatif terbatas. Oleh karena itu *self-control* berperan dalam membantu mahasiswa menahan dorongan pembelian dan mengevaluasi keputusan sebelum bertransaksi. Dengan demikian, *self-control* dapat menjelaskan keterkaitan antara kemudahan transaksi QRIS dan kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian spontan.

Disisi lain, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan membantu mahasiswa dalam mempertimbangkan prioritas penggunaan uang serta konsekuensi dari keputusan pengeluaran. Pertimbangan tersebut dapat menjadi dasar bagi mahasiswa untuk mengendalikan dorongan pembelian dan menyesuaikan keputusan konsumsi dengan kebutuhan serta kondisi keuangan. Dengan demikian, *financial literacy* tidak hanya berkaitan dengan *impulsive buying* secara langsung, akan tetapi juga melalui *self-control* sebagai kemampuan yang membantu mahasiswa dalam mengendalikan dorongan konsumsi.

Secara teoritis, hubungan antar variabel dalam penelitian dijelaskan melalui teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) yang dikemukakan oleh Mehrabian dan Russel

(1974). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seorang individu tercipta karena stimulus, stimulus ini kemudian diproses secara psikologis dalam diri individu sehingga menghasilkan suatu response yang dapat diamati (Yahfi, Said & Trianti, 2025: 119). Dalam penelitian ini, penggunaan *digital payment* (QRIS) dianggap stimulus karena merupakan faktor berupa teknologi yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumsi. Sementara itu, *financial literacy* pada penelitian ini diposisikan sebagai stimulus karena merupakan pengetahuan yang diperoleh melalui perkuliahan khususnya mata kuliah Manajemen Keuangan dan berkaitan dengan pertimbangan individu dalam mengambil keputusan konsumsi. Selanjutnya *self-control* ditempatkan sebagai *organism* karena merupakan kondisi internal individu saat menerima kondisi internal individu saat menerima stimulus (Herliana et al., 2026: 231). *Self-control* memungkinkan individu mengendalikan dorongan dan mengarahkan perilakunya sesuai dengan tujuan yang dimiliki (Tangney et al., 2004, hlm. 274–275). *Response* dalam penelitian ini adalah *impulsive buying* yaitu perilaku yang muncul sebagai hasil akhir dari proses internal individu setelah menerima stimulus (Herliana et al., 2026: 231).

Kebaruan penelitian ini terletak pada karakteristik subjek penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan pada mahasiswa yang belum memperoleh mata kuliah Manajemen Keuangan, sedangkan penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret yang telah menempuh mata kuliah Manajemen Keuangan. Perbedaan karakteristik tersebut memberikan konteks penelitian yang berbeda dalam menguji hubungan penggunaan *digital payment*, *financial literacy*, *self-control*, dan *impulsive buying*. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian sebelumnya dengan menguji hubungan antar variabel tersebut pada mahasiswa yang memiliki latar belakang pembelajaran keuangan melalui mata kuliah Manajemen Keuangan.

Hasil penelitian terdahulu mengenai penggunaan *digital payment*, *financial literacy*, *self-control* dan *impulsive buying* masih menunjukkan temuan yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Pamungkasari dan Priono (2025: 997) menyebutkan bahwa *digital payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Selanjutnya, Setyani dan Suratno (2026: 165) menyebutkan bahwa literasi keuangan dan *self-control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Berbeda dengan temuan tersebut, penelitian lain yang dilakukan oleh Ilyasa dan Sutrisno (2026: 1379) menyebutkan bahwa penggunaan *e-wallet* dan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *self-control*, penggunaan *e-wallet* dan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, *self-control* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan penggunaan *digital payment*, *financial literacy*, dan *self-control* dengan *impulsive buying* masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) terhadap *self-control*, (2) mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap *self-control*, (3) mengetahui pengaruh *self-control* terhadap *impulsive buying*, (4) mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) terhadap *impulsive buying*, (5) mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap *impulsive buying*, (6) mengetahui peran *self-control* dalam memediasi pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) terhadap

impulsive buying, (7) mengetahui peran *self-control* dalam memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap *impulsive buying*.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan desain asosiatif kausal. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* terhadap *impulsive buying*, baik secara langsung maupun melalui *self-control* sebagai variabel mediasi. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret angkatan 2022 dan 2023.

Populasi penelitian berjumlah 243 mahasiswa, yang terdiri atas 120 mahasiswa angkatan 2022 dan 123 mahasiswa angkatan 2023. Penentuan ukuran sampel mengacu pada aturan praktis yang dikemukakan Hair et al. dalam Waluyo dan Firdaus (2024, hlm. 4668), yaitu menggunakan rentang lima hingga sepuluh kali jumlah indikator penelitian. Berdasarkan 16 indikator yang digunakan sebagai dasar perhitungan dan pengali delapan, diperoleh ukuran sampel sebanyak 128 responden. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 128 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret angkatan 2022 dan 2023, telah menempuh mata kuliah Manajemen Keuangan, serta pernah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran *digital*. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman menggunakan QRIS dan telah memperoleh pembelajaran mengenai pengelolaan keuangan.

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan luring. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), setuju (3), dan sangat setuju (4). Variabel penggunaan *digital payment* (QRIS), *financial literacy*, *self-control*, dan *impulsive buying* diukur melalui butir pernyataan yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan disesuaikan dengan karakteristik responden serta konteks penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Metode SEM-PLS digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten, termasuk pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi. Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan tingkat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur variabel yang menjadi tujuan pengukurannya (Tugiman, Herman & Yudhana (2022: 1625). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan melalui validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen ditunjukkan melalui nilai *outer loading* sedangkan

validitas diskriminan ditunjukkan melalui nilai *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Suatu instrumen dinyatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,70$ dan HTMT $\leq 0,90$ (Hair et al, 2021: 78-79). Dilihat dari dua uji validitas, keseluruhan instrumen dinyatakan valid karena memiliki nilai melebihi batas minimal yang ditetapkan.

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Outer Loading	Keterangan
PDP 1	0,855	Valid
PDP 2	0,824	Valid
PDP 3	0,807	Valid
PDP 4	0,795	Valid
PDP 5	0,775	Valid
PDP 6	0,781	Valid
PDP 7	0,772	Valid
PDP 8	0,783	Valid
PDP 9	0,807	Valid
FL 1	0,830	Valid
FL 2	0,801	Valid
FL 3	0,771	Valid
FL 4	0,813	Valid
FL 6	0,761	Valid
FL 7	0,783	Valid
IB 1	0,772	Valid
IB 2	0,774	Valid
IB 3	0,827	Valid
IB 4	0,823	Valid
IB 5	0,816	Valid
IB 6	0,806	Valid
IB 7	0,829	Valid
SC 1	0,840	Valid
SC 2	0,765	Valid
SC 3	0,768	Valid
SC 4	0,821	Valid
SC 5	0,790	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Diskriminan

Variabel	<i>Heterotrait-monotrait ratio</i>
IB < -> FL	0,564
PDP < -> FL	0,144
IB < -> IB	0,562
SC < -> FL	0,672
SC < -> IB	0,855
SC < -> PDP	0,608

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat konsistensi alat ukur dalam mengukur variabel Tugiman, Herman & Yudhana (2022: 1628). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Suatu instrumen dinyatakan memenuhi uji reliabilitas apabila nilai keduanya $\geq 0,70$ Ghozali & Kusumadewi (2023: 98). Secara keseluruhan pengujian reliabilitas pada variabel ini memiliki nilai $\geq 0,70$ sehingga keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
PDP	0,930	0,941	Reliabel
FL	0,882	0,911	Reliabel
IB	0,911	0,929	Reliabel
SC	0,857	0,897	Reliabel

Uji R-Square

Uji *R-Square* merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Halin, Wijaya & Yusilpi, 2017: 54). Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *R-Square* pada variabel *impulsive buying* sebesar 0,606 dan variabel *self-control* sebesar 0,578 yang artinya penelitian mampu menjelaskan 60,6% variasi *impulsive buying* dan 57,8% variasi *self-control* sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Tabel 4. Uji R-Square

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square adjusted</i>
IB	0,606	0,569
SC	0,578	0,572

Uji F-Square

Uji *R-Square* merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui dampak dari suatu variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi (Jufrizen & Ramadhani, 2020: 74). Hasil uji *F-Square* menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* memiliki pengaruh besar terhadap *self-control*. Sedangkan *self-control* memiliki pengaruh sedang terhadap *impulsive buying*. Sementara itu, penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *financial literacy* terhadap *impulsive buying* memiliki pengaruh yang kecil terhadap *impulsive buying*.

Tabel 5. Uji F-Square

Variabel	<i>F-Square</i>
PDP → SC	0,514
FL → SC	0,663
SC → IB	0,329
PDP → IB	0,063
FL → IB	0,039

Uji Hipotesis

Suatu hipotesis dinyatakan berpengaruh dan signifikan jika memiliki nilai *T-statistik* > 1,96 dan *P values* < 0,05. Arah pengaruhnya dilihat dari nilai koefisien jalur (*path coefficient*). Terdapat dua uji hipotesis pada penelitian ini yaitu pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (melalui mediasi). Hasil pengujian menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh negatif signifikan terhadap *self-control* dan positif signifikan terhadap *impulsive buying*. *Financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *self-control* dan negatif *impulsive buying*. Serta *self-control* berpengaruh negatif signifikan terhadap *impulsive buying*.

Tabel 6. Pengaruh Langsung

Variabel		Original sampel	Sampel Mean	Standar Deviation (STDEV)	T-statistik (IO/STDEVI)	P Values
Penggunaan <i>Digital Payment</i> (QRIS) → <i>Self-control</i>		-0,481	-0,482	0,057	8,371	0,000
<i>Financial Literacy</i> → <i>Self-control</i>		0,533	0,536	0,059	8,973	0,000
<i>Self-control</i> → <i>Impulsive Buying</i>		-0,565	-0,555	0,083	6,695	0,000
Penggunaan <i>Digital Payment</i> (QRIS) → <i>Impulsive Buying</i>		0,464	0,466	0,056	8,251	0,000
<i>Financial Literacy</i> → <i>Impulsive Buying</i>		-0,456	-0,459	0,062	7,326	0,000

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* melalui *self-control* dengan arah hubungan yang positif. Selain itu, *financial literacy* juga turut berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* melalui variabel *self-control* dengan arah hubungan yang negatif.

Tabel 7. Pengaruh Tidak Langsung

Variabel		Original sampel	Sampel Mean	Standar Deviation (STDEV)	T-statistik (IO/STDEVI)	P Values
Penggunaan <i>Digital Payment</i> (QRIS) → <i>Self-control</i> → <i>Impulsive Buying</i>		0,267	0,268	0,053	5,186	0,000
<i>Financial Literacy</i> → <i>Self-control</i> → <i>Impulsive Buying</i>		-0,296	-0,297	0,057	5,047	0,000

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil pembahasan sebagai berikut:

1) Penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh terhadap *self-control*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *self-control* dengan nilai koefisien

jalur sebesar -0,481 dan nilai t-statistik sebesar 8,371. Koefisien negatif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *digital payment* (QRIS) berkaitan dengan melemahnya *self-control* mahasiswa. Artinya, semakin tinggi penggunaan *digital payment* (QRIS) dalam model penelitian ini, semakin rendah kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan pembelian. Meskipun demikian, koefisien tersebut menunjukkan hubungan dalam model, bukan persentase penurunan *self-control*.

Kemudahan transaksi QRIS dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan pembelian. Proses pembayaran yang cepat dan praktis memungkinkan mahasiswa merealisasikan keinginan membeli tanpa melalui jeda pertimbangan yang cukup. Padahal, *self-control* diperlukan untuk menunda pemenuhan keinginan dan mempertimbangkan konsekuensi sebelum mengambil keputusan pembelian. Ketika transaksi dapat dilakukan dengan mudah, kesempatan mahasiswa untuk menahan dorongan sesaat dan mengevaluasi kembali keputusan menjadi lebih terbatas.

Dalam kerangka teori S-O-R, QRIS berperan sebagai *stimulus* yang mempengaruhi *organism*. Stimulus berupa kemudahan pembayaran mempengaruhi proses internal individu yaitu *self-control*. Kemudahan dan kecepatan transaksi QRIS dapat mengurangi kesempatan mahasiswa untuk menunda keinginan membeli dan mempertimbangkan kembali keputusan pembelian. Kondisi tersebut berkaitan dengan melemahnya kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan konsumsi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa stimulus berupa kemudahan transaksi QRIS berkaitan dengan kondisi pengendalian diri mahasiswa.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Wiguna, Iskandar dan Sakaningyan (2026: 33), yang menemukan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap *self-control*. Perbedaan tersebut dapat berkaitan dengan cara penggunaan QRIS dalam aktivitas keuangan mahasiswa. Penggunaan QRIS yang memudahkan transaksi secara cepat dapat mendorong mahasiswa memenuhi keinginan membeli tanpa melalui pertimbangan yang cukup. Sebaliknya, penggunaan QRIS yang disertai pengelolaan keuangan secara terencana dapat mendukung pengendalian diri dalam mengambil keputusan keuangan. Dengan demikian, kemudahan transaksi QRIS tidak selalu diikuti oleh kemampuan pengendalian diri yang sama pada setiap individu.

Penelitian ini kemudian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksana et al. (2026: 75) yang menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh negatif terhadap *self-control*, yang artinya semakin tinggi penggunaan *digital payment* (QRIS) maka semakin rendah pula *self-control* mahasiswa dalam konteks penelitian ini.

2) *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *self-control*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-control* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,533 dan t-statistik sebesar 8,973. Koefisien positif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *financial literacy* berkaitan dengan meningkatnya *self-control* mahasiswa. Artinya, semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai keuangan, semakin baik pula kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan pembelian dan mempertimbangkan keputusan keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki keterkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengarahkan perilaku keuangan secara lebih terencana.

Financial literacy yang dimiliki mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret diperoleh melalui pembelajaran dalam mata kuliah Manajemen Keuangan. Pembelajaran tersebut memberikan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, penggunaan uang secara bijaksana serta pertimbangan dalam mengambil keputusan keuangan. Pemahaman tersebut dapat membantu mahasiswa membedakan kebutuhan dan keinginan serta mempertimbangkan konsekuensi keuangan sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung mampu menahan dorongan pembelian dan mengarahkan pengeluaran sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan keuangannya.

Dalam kerangka teori S-O-R, *financial literacy* berkaitan dengan proses kognitif individu dalam mengolah informasi dan mempertimbangkan keputusan sebelum memberikan respons terhadap dorongan pembelian. Dalam konteks penelitian ini, *financial literacy* diperoleh mahasiswa melalui mata kuliah Manajemen menjadi bekal kognitif untuk mengevaluasi kebutuhan, keinginan, dan konsekuensi dari keputusan pembelian. Pemahaman tersebut berkaitan dengan kondisi internal individu atau *organism* yaitu *self-control* yang berperan dalam mengendalikan dorongan dan menentukan tindakan. Dengan demikian, *financial literacy* tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai keuangan, tetapi juga dengan kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan perilaku keuangannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Izazi, Nuraina dan Styaningrum (2020: 42) dan Mahanani dan Hendar (2025: 618) yang menemukan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *self-control*. Kedua penelitian tersebut mendukung temuan bahwa pemahaman keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku keuangan. Kesamaan hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini mengenai hubungan positif antara *financial literacy* dan *self-control* pada mahasiswa.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki keterkaitan dengan kemampuan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret dalam mengendalikan dorongan pembelian. Pemahaman keuangan yang diperoleh melalui pembelajaran Manajemen Keuangan dapat menjadi bekal bagi mahasiswa untuk mempertimbangkan keputusan keuangan secara lebih terarah.

3) *Self-control* berpengaruh terhadap *impulsive buying*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying* dengan nilai koefisien jalur sebesar $-0,565$ dan nilai t-statistik sebesar $6,695$. Koefisien negatif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *self-control* berkaitan dengan menurunnya kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa. Artinya, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri, semakin rendah kecenderungan melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan yang matang. Hasil ini menunjukkan bahwa *self-control* berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan pembelian dan mempertimbangkan keputusan sebelum melakukan transaksi.

Kemampuan mengendalikan diri membantu mahasiswa menahan keinginan membeli yang muncul secara tiba-tiba serta mempertimbangkan kebutuhan dan konsekuensi dari keputusan pembelian. Mahasiswa dengan *self-control* yang baik cenderung mampu mengendalikan dorongan sesaat dan tidak langsung merealisasikan keinginan membeli. Kemampuan tersebut memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengevaluasi kembali keputusan pembelian sebelum melakukan transaksi. Dengan demikian, pengendalian diri dapat membantu mahasiswa mengurangi kecenderungan melakukan pembelian secara spontan.

Dalam kerangka teori S-O-R, *self-control* berperan sebagai kondisi internal individu atau *organism* yang mempengaruhi *response*. Pada penelitian ini, *self-control* berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola dorongan pembelian dan menentukan tindakan sebelum melakukan transaksi. Kemampuan mengendalikan dorongan tersebut dapat mempengaruhi *response* mahasiswa terhadap berbagai rangsangan pembelian, sehingga kecenderungan melakukan *impulsive buying* menjadi lebih rendah. Dengan demikian, *self-control* menjadi bagian penting dalam menjelaskan hubungan antara *stimulus* yang diterima individu dan respons berupa perilaku pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Pratiwi et al. (2025: 1999) yang menemukan bahwa *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri berkaitan dengan menurunnya kecenderungan melakukan

pembelian secara spontan. Kesamaan hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa semakin baik *self-control* mahasiswa, semakin rendah kecenderungan *impulsive buying*.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Madeira dan Surenggono (2026: 30) yang menemukan bahwa *self-control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *self-control* dan *impulsive buying* belum menunjukkan temuan yang konsisten pada konteks penelitian yang berbeda. Dalam penelitian ini, *self-control* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa kemampuan pengendalian diri berkaitan dengan kecenderungan mahasiswa dalam mengendalikan perilaku pembelian impulsif.

- 4) Penggunaan digital payment (QRIS) berpengaruh terhadap *impulsive buying***
Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,464 dan nilai t-statistik sebesar 8,251. Koefisien positif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *digital payment* (QRIS) berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa. Artinya, semakin tinggi penggunaan QRIS dalam model penelitian ini, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan yang matang. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memiliki keterkaitan dengan perilaku pembelian impulsif mahasiswa.

Kemudahan dan kecepatan transaksi QRIS dapat memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk merealisasikan keinginan membeli secara langsung. Proses pembayaran yang praktis membuat transaksi dapat dilakukan tanpa memerlukan banyak waktu dan tahapan. Kondisi tersebut dapat mengurangi kesempatan mahasiswa untuk menunda keinginan membeli dan mempertimbangkan kembali keputusan pembelian. Akibatnya, mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian secara spontan, terutama ketika muncul keinginan membeli yang tidak direncanakan sebelumnya.

Dalam kerangka teori S-O-R, penggunaan *digital payment* (QRIS) berperan sebagai *stimulus* sedangkan *impulsive buying* merupakan *response*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *stimulus* berupa kemudahan dan kecepatan transaksi QRIS dapat berkaitan langsung dengan *response* berupa pembelian impulsif. Dengan demikian, dalam model penelitian ini, hubungan antara *stimulus* dan *response* dapat terjadi secara langsung tanpa harus selalu melalui *organism* sebagai variabel mediasi. Meskipun demikian, keberadaan *self-control* sebagai variabel mediasi menunjukkan bahwa kondisi internal individu juga

berperan dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan *digital payment* (QRIS) dan *impulsive buying*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ahmad, Rahmah, dan Wahyuni (2025: 7) dan Widuri (2026: 12) yang menemukan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh positif terhadap *impulsive buying*. Kesamaan hasil tersebut memperkuat temuan bahwa kemudahan transaksi QRIS berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara spontan.

5) *Financial literacy berpengaruh terhadap impulsive buying*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying* dengan nilai koefisien jalur sebesar $-0,456$ dan nilai t-statistik sebesar $7,326$. Koefisien negatif tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *financial literacy* berkaitan dengan menurunnya kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa. Artinya, semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai keuangan, semakin rendah kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara spontan.. Hasil ini menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki keterkaitan dengan perilaku pembelian mahasiswa.

Pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa dapat membantu dalam mempertimbangkan keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan dan kemampuan keuangan. *Financial literacy* memberikan pemahaman bagi mahasiswa untuk pengelolaan keuangan dan mempertimbangkan penggunaan uang secara bijaksana. Pemahaman tersebut dapat membantu mahasiswa mengevaluasi keinginan membeli serta memperhatikan konsekuensi keuangan sebelum melakukan transaksi. Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan lebih baik cenderung mampu mempertimbangkan keputusan pembelian sehingga kecenderungan pembelian impulsif menjadi lebih rendah.

Dalam kerangka teori S-O-R, *financial literacy* dalam penelitian ini berkaitan dengan proses kognitif individu dalam memahami informasi keuangan dan mempertimbangkan keputusan pembelian. Pemahaman keuangan yang diperoleh mahasiswa melalui mata kuliah Manajemen Keuangan menjadi bekal dalam mengevaluasi kebutuhan, keinginan, dan konsekuensi dari keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh langsung terhadap *impulsive buying*, sehingga hubungan antara pemahaman keuangan dan *response* pembelian dapat terjadi tanpa harus sepenuhnya dijelaskan melalui *organism* sebagai variabel mediasi. Sementara itu, *self-control* tetap berperan sebagai kondisi internal individu yang turut menjelaskan hubungan antara *financial literacy* dan *impulsive buying*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Zalyanti, Rahayu, dan Pratiwi (2025: 80) dan Adisa, Maulida dan Heniwati (2026: 759) yang menemukan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman keuangan berkaitan dengan kecenderungan individu untuk lebih mempertimbangkan keputusan pembelian. Kesamaan arah hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa semakin baik *financial literacy*, semakin rendah kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa.

6) Self-control memediasi pengaruh penggunaan digital payment (QRIS) terhadap impulsive buying

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* memediasi pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) terhadap *impulsive buying* dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,267, t-statistics 5,186, dan p-values < 0,001. Pengaruh tidak langsung yang positif menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berkaitan dengan peningkatan *impulsive buying* melalui penurunan *self-control*. Kemudahan dan kecepatan transaksi QRIS memungkinkan mahasiswa melakukan pembelian secara praktis tanpa melalui proses pembayaran yang panjang. Kondisi tersebut dapat mengurangi kesempatan mahasiswa untuk mempertimbangkan kembali keputusan pembeliannya, sehingga semakin tinggi penggunaan QRIS berkaitan dengan semakin rendahnya kemampuan mengendalikan dorongan konsumsi. Ketika *self-control* menurun, mahasiswa cenderung lebih mudah mengikuti keinginan membeli secara spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan konsekuensi pengeluaran. Dengan demikian, penurunan *self-control* menjadi mekanisme yang menjelaskan hubungan penggunaan QRIS dengan peningkatan *impulsive buying*. Temuan ini sejalan dengan Nabila, Triyatmanto dan Efendi (2025, hlm. 15) yang menunjukkan bahwa *self-control* memediasi pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) terhadap *impulsive buying*.

Dalam perspektif S-O-R, penggunaan *digital payment* (QRIS) berperan sebagai stimulus, *self-control* sebagai *organism* yang mencerminkan proses internal dan *impulsive buying* sebagai *response* dari *stimulus* yang kemudian diproses dalam diri.. Pengaruh langsung *digital payment* (QRIS) terhadap *impulsive buying* yang tetap positif dan signifikan sebesar 0,464 menunjukkan bahwa kemudahan transaksi juga berkaitan dengan pembelian impulsif tanpa sepenuhnya melalui *self-control*. Dengan demikian, *self-control* berperan sebagai mediator parsial karena hubungan penggunaan *digital payment* (QRIS) dengan *impulsive buying* berlangsung melalui jalur langsung maupun tidak langsung.

7) Self-control memediasi pengaruh financial literacy terhadap impulsive buying

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap *impulsive buying* dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar -0,296, dan t-statistics 5,047. Pengaruh tidak langsung yang negatif

menunjukkan bahwa semakin tinggi *financial literacy*, semakin rendah kecenderungan *impulsive buying* melalui peningkatan *self-control*. Pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa membantu mereka mempertimbangkan kebutuhan dan konsekuensi pengeluaran sebelum melakukan pembelian. Pemahaman tersebut berkaitan dengan meningkatnya kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan konsumsi, sehingga keputusan pembelian tidak hanya didasarkan pada keinginan sesaat. Semakin tinggi *self-control*, semakin mampu mahasiswa menahan keinginan membeli barang yang tidak direncanakan dan menyesuaikan pengeluaran dengan kebutuhan serta kondisi keuangannya. Dengan demikian, peningkatan *self-control* menjadi mekanisme yang menjelaskan hubungan *financial literacy* dengan penurunan *impulsive buying*. Temuan dalam penelitian ini kemudian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani et al. (2025: 6716) yang menunjukkan bahwa *self-control* memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap *impulsive buying*.

Dalam perspektif S-O-R, *financial literacy* berperan sebagai *stimulus* yang berkaitan dengan pemahaman mahasiswa dalam menghadapi keputusan pembelian, *self-control* sebagai *organism* yang mengolah pemahaman keuangan menjadi pengendalian perilaku, dan *impulsive buying* sebagai *response*. Pengaruh langsung *financial literacy* terhadap *impulsive buying* yang tetap negatif dan signifikan sebesar -0,456 menunjukkan bahwa pemahaman keuangan juga berkaitan dengan penurunan pembelian impulsif melalui jalur langsung. Dengan demikian, *self-control* berperan sebagai mediator parsial karena pengaruh *financial literacy* terhadap *impulsive buying* berlangsung melalui jalur langsung maupun tidak langsung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *digital payment* (QRIS) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *self-control*, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan QRIS, semakin rendah kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri. Sebaliknya, *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-control*, sehingga semakin baik tingkat literasi keuangan mahasiswa, semakin baik pula kemampuan mereka dalam melakukan pengendalian diri. Selanjutnya, *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, yang berarti bahwa semakin baik pengendalian diri mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka melakukan pembelian impulsif. Penggunaan *digital payment* (QRIS) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, sedangkan *financial literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, *self-control* terbukti memediasi secara parsial pengaruh penggunaan *digital payment* (QRIS) terhadap *impulsive buying*, sehingga penggunaan QRIS dapat memengaruhi pembelian impulsif baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *self-control*. Demikian pula, *self-control* memediasi secara parsial pengaruh *financial literacy* terhadap *impulsive buying*, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat menekan

kecenderungan pembelian impulsif baik secara langsung maupun melalui peningkatan kemampuan pengendalian diri mahasiswa.

Referensi :

- Adisa, N., Maulida, R., & Heniwati, E. (2026). Pengaruh literasi keuangan terhadap impulsive buying pada Mahasiswa Generasi Z: FOMO sebagai variabel mediasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 6(3), 746-762.
- Ahmad, A., Rahmah, S., & Wahyuni, S. (2025). Pengaruh QRIS terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa FEB Unismuh Makassar ditinjau dalam perspektif ekonomi islam. *Jurnal Edunomika*, 9(4), 1-11.
- Aprilia, N, S., Nabila, E., Fitriya, Masrifah, U., & Purnawa, C. (2025). Analisis penguasaan financial literacy, digital payment dan kemampuan penyusunan laporan keuangan terhadap kinerja UMKM di Mojokerto (literature review). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 2(1), 68-75. <https://doi.org/10.61166/jiem.v2i110>.
- Bank Indonesia. (2025). Statistik Sistem Pembayaran: QRIS. Diakses dari <https://www.bi.go.id/>
- Cahyani, R. C., Safitri, M., Pakarti, P., & Puspitasari, D. (2025). Analisis financial literacy, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi (studi pada mahasiswa FEB Universitas Dian Nuswantoro) pengguna e-commerce. *Journal of Economics and Business*, 5(3), 6701-6721.
- Dewi, N., Rusdarti., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35.
- Emiliyana, F., Asakdiyah, S., & Susanto, A. (2025). Analisis preferensi mahasiswa dalam menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran, 27 (Februari), 75-93.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 4.0 untuk penelitian empiris*. Yoga Pratama.
- Good Stats. (2024). *Simak karakteristik konsumen Indonesia 2024*. Diakses dari <https://goodstats.id>
- Halin, H., Wijaya, H., & Yusilpi, R. (2017). Pengaruh harga jual kaca patri jenis silver terhadap nilai jual pada CV. Karunia kaca. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 49-56.
- Herliani, N., Putri, S. M., Puspita Sari, W. L., Raharja, M. C., & Meliana, R. (2026). Analisis perilaku impulse buying konsumen muslim di Purwokerto pada platform digital berdasarkan teori stimulus-organisme-respons (SOR). *Jurnal Sains Student Research*, 4(1), 228-235.
- Holik, A., & Santika, M. D. (2025). Faktor yang menentukan impulsive buying di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 8(1), 136-144. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1764>
- Ilyasa, M, D., & Sutrisno. (2026). The effect of financial literacy and the use of e-wallet on impulsive buying with self-control as a mediation variable in islamic University of Indonesia

- Students, *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 5(4), 1355-131384.
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh financial literacy terhadap perilaku konsumtif dengan self-control sebagai variabel mediasi (studi pada mahasiswa pendidikan akuntansi Universitas PGRI Madiun). *Review of Accounting and Business*, 1(1), 36-43.
- Jufrizen., & Rahmadhani, K. N. (2020). Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai dengan lingkungan kerja sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 3(1),66-79.
- Laksana, I. I., Puspitasari, D., Oktoriza, L. A., & Kusuma, P. J. (2026). Peran kontrol diri dalam memediasi hubungan penggunaan media sosial dan e-wallet terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 70-79. <https://10.36985/k7he3582>
- Mahanani, R. A., & Hendar. (2025). The influence of financial literacy and self control on students' personal financial management in the Solo Raya Region. *Jurnal Cendekia Ilmiah* 4(5), 608-625.
- Medeira, M. N. S., & Surenggono. (2026). Pengaruh fear of missing out (fomo), literasi keuangan, dan self control terhadap impulsive buying pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 3(5), 20-33. <https://doi.org/10.69714/ndqc1m05>
- Nabila, S., Trihudiyatmanto, M., & Efendi, B. (2025). Kontrol diri sebagai mediasi pengaruh penggunaan uang elektronik, gaya hidup dan konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi Z Kota Depok. *Jurnal Magisma*, 13(1), 9-
- Pamungkas, S. A., & Priono, H. (2025). Pengaruh penggunaan e-commerce shopee dan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 14(2), 990-998.
- Pamungkasari, S. A., & Priono, H. (2025). Pengaruh penggunaan e-commerce shopee dan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 14(2), 990-998.
- Pratiwi, K. T., Anggraini, R., Dethan, S. H., Widiyasti, B. D., & Jati, J. (2025). Pengaruh shopping enjoyment, self control dan digital payment terhadap perilaku impulsive buying. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 1993-2000. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3514>
- Putri, N., Yustati, H., & Hartini, K. (2026). Pengaruh promosi di media sosial, fear of missing out (fomo), dan self-control terhadap perilaku impulsive buying pada generasi Z dalam perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 15(1), 140-153.
- Setyani, U., & Suratno (2026). Impulsive buying dalam cashless society: peran aksesibilitas fintech,

- literasi keuangan, dan self control. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14 (2), 158-167.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v14n2.p158-167>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-324.
- Tugiman., Herman., & Yudhana, A. (2022). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner model utaut untuk evaluasi sistem pendaftaran onlen rumah sakit. *Jurnal Teknik Informatola dan Sistem Informasi*, 9(2), 1621-1630.
- Waluyo, T., & Firdaus, B. (2024). The influence of electronic service quality, brand image and price perception on customer loyalty for telkomsel products through customer satisfaction in Ragunan Village. *Journal of Economic Business and Accounting*, 7(5), 4664-4674.
- Widuri, N. Z. (2026). The influence of QRIS digital payments on impulsive buying among generation Z students at Brawijaya University. *International Journal of Economics and Financial*, 16(1), 1-14.
- Wiguna, R. A. F., Iskandar, T. A. G., & Sakaningyan, Y. A. (2026). QRIS-based digital payment routines and students' financial self-control in campus business ecosystems, *Integrated Research Journal of Business and Management*, 3(1), 28-36.
- Yahfi, M., Said, M. M., & Trianti, K. (2025). Pain of paying as mediation: an analysis of the influence of digital payment and financial literacy on students' impulsive buying behavior, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 118-135.
<https://doi.org/10.33474/jimmu.v10i1.24149>
- Zalyanti, I. A., Rahayu, I., & Pratiwi, L. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan bertransaksi menggunakan QRIS terhadap impulsive buying generasi Z di kota dan Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 7(1), 72-82