
**LITERASI KEUANGAN DIGITAL, POLA PENGELUARAN
KONSUMEN, DAN PENGGUNAAN BERULANG APLIKASI E-
WALLET: INTEGRATIVE LITERATURE REVIEW**

Dyah Ayu Saraswati¹, Hasni Dyah Kurniawati²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Karanganyar

E-mail : saraswatidyahayu5@gmail.com¹, hasnidyah05@gmail.com²

ABSTRACT

The development of the digital economy has transformed the way people conduct transactions and manage their finances, particularly through the use of e-wallets as digital payment instruments. Transaction convenience, promotional incentives, and application features have encouraged the increasing use of e-wallets, particularly among Generation Z and university students. However, such convenience may also influence spending patterns, consumptive behavior, and financial decision-making when it is not accompanied by adequate digital financial literacy and behavioral control. This condition highlights the need for a comprehensive understanding of the relationship between digital financial literacy, consumer behavior, user experience, and the tendency to engage in repeated e-wallet usage. This study aims to analyze and synthesize previous research on e-wallet usage among Generation Z and university students, identify consumer spending patterns associated with digital payment usage, and evaluate research gaps related to digital financial literacy, behavioral control, and repeated e-wallet usage. This study employs a qualitative approach using the Integrative Literature Review (ILR) method. The literature was obtained from several databases, including Google Scholar, Scopus/ScienceDirect, Garuda, and SINTA. The literature selection process consisted of identification, duplicate removal, title and abstract screening, full-text eligibility assessment, critical appraisal, and data extraction. The data were analyzed using Thematic Analysis, consisting of data familiarization, coding, theme categorization, thematic synthesis, and conclusion drawing. The coding process integrated the perspectives of the Expectation-Confirmation Model (ECM), Theory of Planned Behavior (TPB), and Behavioral Economics. The results of the synthesis reveal three main themes. First, digital financial literacy functions as a cognitive control mechanism that can help individuals understand the consequences of financial transactions and regulate spending decisions. However, financial knowledge does not necessarily translate into disciplined financial behavior. Second, transaction convenience, application features, promotional incentives, and digital stimuli may increase the intensity of e-wallet usage and influence consumer spending patterns. Third, psychological and behavioral factors, including self-control, mental accounting, present bias, and user experience, contribute to explaining financial decision-making and repeated usage behavior. The reviewed literature also demonstrates diverse findings regarding the ability of financial literacy to reduce consumptive behavior, indicating the importance of integrating cognitive, behavioral, technological, and post-adoption experience factors. This study concludes that e-wallet usage behavior among Generation Z and university students cannot be adequately explained solely by technological factors or financial literacy. The integration of ECM, TPB, and Behavioral Economics provides a more comprehensive framework for explaining the relationship between

user experience, perceived behavioral control, digital financial literacy, application stimuli, and consumer spending behavior. The findings provide implications for Generation Z and university students in improving digital financial management, for regulators in strengthening financial education and consumer protection, and for e-wallet providers in developing features that encourage healthier and more sustainable digital payment usage.

Keywords: *E-wallet, digital financial literacy, Generation Z, university students, consumer behavior, Expectation-Confirmation Model, Theory Of Planned Behavior, Behavioral Economics.*

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola transaksi dan pengelolaan keuangan masyarakat, salah satunya melalui penggunaan *e-wallet* sebagai instrumen pembayaran digital. Kemudahan transaksi, promosi, serta fitur aplikasi mendorong peningkatan penggunaan *e-wallet*, khususnya pada kelompok Generasi Z dan mahasiswa. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi memengaruhi pola pengeluaran, perilaku konsumtif, dan keputusan keuangan apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan digital dan kontrol perilaku yang memadai. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara literasi keuangan digital, perilaku konsumen, pengalaman penggunaan, dan kecenderungan penggunaan *e-wallet* secara berulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mensintesis hasil penelitian terdahulu mengenai penggunaan *e-wallet* pada Gen Z dan mahasiswa, mengidentifikasi pola pengeluaran konsumen dalam penggunaan pembayaran digital, serta mengevaluasi *research gap* yang berkaitan dengan literasi keuangan digital, kontrol perilaku, dan penggunaan berulang *e-wallet*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Integrative Literature Review (ILR). Literatur diperoleh melalui beberapa basis data, yaitu Google Scholar, Scopus/ScienceDirect, Garuda, dan SINTA. Proses seleksi dilakukan secara bertahap melalui identifikasi, eliminasi duplikasi, *screening* judul dan abstrak, penilaian teks lengkap, *critical appraisal*, dan ekstraksi data. Analisis dilakukan menggunakan *Thematic Analysis* melalui tahap familiarisasi data, pengodean, kategorisasi tema, sintesis tematik, dan penarikan kesimpulan. Dalam proses pengodean, penelitian mengintegrasikan perspektif *Expectation-Confirmation Model* (ECM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), dan *Behavioral Economics*. Hasil sintesis menunjukkan tiga tema utama. Pertama, literasi keuangan digital berperan sebagai kontrol kognitif yang dapat membantu individu memahami konsekuensi transaksi dan mengendalikan keputusan pengeluaran. Namun, tingkat pengetahuan keuangan tidak selalu secara otomatis menghasilkan perilaku keuangan yang disiplin. Kedua, kemudahan transaksi, fitur aplikasi, promosi, dan stimulus digital dapat meningkatkan intensitas penggunaan *e-wallet* serta mendorong perubahan pola konsumsi. Ketiga, faktor psikologis dan perilaku seperti *self-control*, *mental accounting*, *present bias*, serta pengalaman penggunaan berperan dalam menjelaskan keputusan keuangan dan kecenderungan penggunaan berulang. Temuan literatur juga menunjukkan adanya hasil yang beragam mengenai kemampuan literasi keuangan dalam menekan perilaku konsumtif, sehingga diperlukan integrasi antara faktor kognitif, perilaku, teknologi, dan pengalaman pasca-adopsi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku penggunaan *e-wallet* pada Gen Z dan mahasiswa tidak dapat dijelaskan hanya melalui faktor teknologi atau literasi keuangan secara terpisah. Integrasi ECM, TPB, dan Behavioral Economics memberikan kerangka yang lebih komprehensif untuk menjelaskan hubungan

antara pengalaman penggunaan, kontrol perilaku, literasi keuangan digital, stimulus aplikasi, dan perilaku pengeluaran. Hasil penelitian memberikan implikasi bagi mahasiswa dan Gen Z untuk meningkatkan pengelolaan keuangan digital, bagi regulator dalam memperkuat edukasi dan perlindungan konsumen, serta bagi penyedia *e-wallet* untuk mengembangkan fitur yang mendukung penggunaan yang sehat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *E-Wallet*, Literasi Keuangan Digital, Gen Z, Mahasiswa, Perilaku Konsumen, *Expectation-Confirmation Model*, *Theory Of Planned Behavior*, *Behavioral Economics*.

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi digital telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi dan mengelola keuangan. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah meningkatnya penggunaan *e-wallet* sebagai instrumen pembayaran digital. Dalam skripsi, perkembangan tersebut ditunjukkan melalui peningkatan nilai dan volume transaksi uang elektronik di Indonesia serta semakin kuatnya penggunaan *e-wallet* pada kelompok usia muda.

Generasi Z dan mahasiswa merupakan kelompok yang relevan dalam perkembangan tersebut karena relatif dekat dengan teknologi digital. *E-wallet* menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam pembayaran, transfer, serta pembelian produk dan layanan digital. Namun, karakteristik transaksi yang cepat dan minim hambatan juga menimbulkan persoalan baru terkait perilaku pengeluaran. Kemudahan transaksi dan promosi dapat mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif.

Permasalahan menjadi lebih kompleks ketika kemampuan literasi keuangan digital tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku keuangan aktual. Skripsi menunjukkan bahwa individu dapat memahami fitur pembayaran digital, tetapi

belum tentu menerapkan pengetahuan tersebut secara konsisten dalam pengelolaan anggaran. Dengan kata lain, terdapat kesenjangan antara financial knowledge dan financial behavior.

Dalam perspektif perilaku, penggunaan *e-wallet* juga dapat mengubah pengalaman psikologis ketika seseorang membelanjakan uang. Transaksi digital yang cepat dapat menciptakan *frictionless spending*, sehingga batas antara pengeluaran yang direncanakan dan pengeluaran spontan menjadi semakin kabur.

Di sisi lain, keberhasilan *e-wallet* tidak hanya ditentukan oleh keputusan adopsi awal. Keberlanjutan penggunaan atau *continuance intention* menjadi aspek penting karena menunjukkan apakah pengguna kembali menggunakan suatu aplikasi setelah memperoleh pengalaman nyata. Skripsi menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM) untuk menjelaskan proses pasca-adopsi tersebut. Dalam ECM, pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi dapat menghasilkan kepuasan dan memperkuat persepsi manfaat yang selanjutnya mendorong keberlanjutan penggunaan.

Untuk menjelaskan perilaku tersebut secara lebih komprehensif, penelitian menggunakan tiga perspektif. ECM ditempatkan sebagai landasan utama untuk

memahami penggunaan berulang, TPB digunakan untuk menjelaskan niat dan kontrol perilaku, sedangkan Behavioral Economics digunakan untuk memahami pengaruh faktor psikologis seperti *mental accounting* dan *present bias*.

A. Research Gap

Penelitian terdahulu mengenai *e-wallet* telah berkembang, tetapi sebagian besar masih menguji literasi keuangan, kemudahan, manfaat, promosi, atau penerimaan teknologi sebagai faktor yang relatif terpisah. Skripsi mengidentifikasi keterbatasan literatur dalam menjelaskan bagaimana literasi keuangan digital berinteraksi dengan faktor psikologis dan karakteristik transaksi tanpa hambatan pada fase penggunaan berulang.

Dengan demikian, terdapat tiga celah utama.

Pertama, celah konseptual, yaitu keterbatasan integrasi antara literasi keuangan digital, perilaku pengeluaran, dan penggunaan berulang *e-wallet*. Kedua, celah teoritis, yaitu keterbatasan penelitian yang menghubungkan proses pasca-adopsi melalui ECM dengan kontrol perilaku melalui TPB dan mekanisme psikologis melalui Behavioral Economics. Ketiga, celah empiris-kontekstual, yaitu masih terbatasnya sintesis yang secara khusus menempatkan Gen Z dan mahasiswa sebagai kelompok pengguna dalam ekosistem pembayaran digital.

B. Novelty

Berdasarkan celah tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan sintesis integratif yang menghubungkan digital financial literacy, pola pengeluaran, dan penggunaan berulang *e-wallet* melalui

integrasi ECM, TPB, dan Behavioral Economics.

ECM menjelaskan mengapa pengguna terus menggunakan *e-wallet*; TPB menjelaskan bagaimana niat dan kontrol perilaku terbentuk; sedangkan Behavioral Economics menjelaskan mengapa pengguna dapat tetap melakukan pengeluaran impulsif meskipun memiliki pengetahuan keuangan.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. menganalisis peran literasi keuangan digital terhadap penggunaan *e-wallet*;
2. mengidentifikasi pola pengeluaran konsumen dalam penggunaan *e-wallet*;
3. menganalisis faktor yang berkaitan dengan penggunaan berulang;
4. mengintegrasikan ECM, TPB, dan Behavioral Economics dalam menjelaskan fenomena tersebut; dan
5. mengidentifikasi *research gap* serta agenda penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Digital Financial Literacy

Literasi keuangan digital merupakan perkembangan dari konsep literasi keuangan konvensional akibat integrasi teknologi digital dengan layanan keuangan. Dalam skripsi, literasi keuangan digital dipahami sebagai kombinasi *kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku* yang memungkinkan individu menggunakan layanan keuangan digital secara tepat untuk mencapai kesejahteraan keuangan.

Dalam konteks *e-wallet*, literasi keuangan digital tidak hanya berarti mampu menggunakan aplikasi, tetapi juga mampu memahami biaya, risiko, manfaat, keamanan, promosi, serta konsekuensi transaksi. Oleh

karena itu, dalam penelitian ini digital financial literacy diposisikan sebagai kapabilitas kognitif yang dapat membantu individu melakukan pengendalian terhadap keputusan keuangannya.

2. Expectation-Confirmation Model (ECM)

ECM digunakan untuk menjelaskan keberlanjutan penggunaan suatu sistem setelah pengguna memperoleh pengalaman langsung. ECM berfokus pada perilaku pasca-adopsi, bukan sekadar keputusan awal menggunakan teknologi. Setelah menggunakan suatu sistem, pengguna membandingkan pengalaman aktual dengan ekspektasi awal. Konfirmasi terhadap ekspektasi akan berhubungan dengan kepuasan, yang kemudian memperkuat persepsi manfaat dan mendorong niat untuk terus menggunakan sistem.

Dalam konteks e-wallet, pengalaman transaksi yang mudah, cepat, aman, dan bermanfaat dapat meningkatkan kepuasan. Apabila pengalaman tersebut konsisten, penggunaan dapat berkembang menjadi kebiasaan.

3. Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control.

Dalam penelitian ini, TPB digunakan sebagai teori pendukung untuk menjelaskan hubungan antara kemampuan individu, kontrol perilaku, niat penggunaan, dan perilaku aktual.

Penting untuk ditegaskan bahwa *digital financial literacy* tidak disamakan secara langsung dengan *perceived behavioral*

control. Literasi merupakan pengetahuan dan keterampilan, sedangkan *perceived behavioral control* berkaitan dengan persepsi individu mengenai kemampuan mengendalikan perilaku. Skripsi sendiri telah membedakan kedua konsep tersebut.

4. Behavioral Economics

Perspektif Behavioral Economics digunakan untuk menjelaskan bahwa keputusan keuangan tidak selalu sepenuhnya rasional. Pengguna dapat dipengaruhi oleh *present bias*, *mental accounting*, *self-control*, stimulus promosi, dan faktor psikologis lainnya. *Mental accounting*, yaitu kecenderungan individu mengategorikan uang secara psikologis sehingga uang dalam bentuk atau sumber tertentu dapat dipersepsikan berbeda.

Dan *Present bias*, yaitu kecenderungan memberikan bobot lebih besar terhadap manfaat atau kepuasan saat ini dibandingkan konsekuensi masa depan. Dua konsep ini membantu menjelaskan mengapa seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik masih dapat melakukan pengeluaran impulsif atau konsumtif.

5. Integrasi ECM, TPB, dan Behavioral Economics

Ketiga teori tersebut memiliki fungsi yang saling melengkapi:

Perspektif	Fokus Penjelasan
ECM	Pengalaman pasca-adopsi dan penggunaan berkelanjutan
TPB	Niat, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku
Behavioral Economics	Bias psikologis dan keterbatasan rasionalitas

Perspektif	Fokus Penjelasan
Digital	Pengetahuan dan kemampuan
Financial	mengelola keputusan
Literacy	keuangan digital

Integrasi tersebut menjadi dasar untuk memahami *e-wallet* bukan sekadar sebagai teknologi pembayaran, tetapi sebagai fenomena yang mempertemukan teknologi, perilaku, pengalaman pengguna, dan pengambilan keputusan finansial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Integrative Literature Review (ILR). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi, membandingkan, dan mengintegrasikan berbagai hasil penelitian mengenai literasi keuangan digital, pola pengeluaran konsumen, serta penggunaan berulang aplikasi *e-wallet*.

Literatur diperoleh dari beberapa basis data, yaitu Scopus, ScienceDirect, Google Scholar, Portal Garuda, dan SINTA. Kriteria literatur mencakup artikel yang diterbitkan pada periode 2021–2026, memiliki relevansi dengan fokus penelitian, menggunakan konteks *e-wallet* atau pembayaran digital, dan tersedia dalam teks lengkap.

Berdasarkan prosedur *screening* yang ditetapkan dalam penelitian:

Tahap	Jumlah
Artikel hasil pencarian awal	125
Duplikasi	15
Artikel unik	110
Dikeluarkan pada screening judul/abstrak	75
Full-text yang dinilai	35
Dikeluarkan setelah appraisal	10
Artikel final	25

1) Kriteria Kelayakan

Artikel dinilai berdasarkan:

1. kredibilitas sumber;

2. rigor metodologis;
3. kejelasan kerangka teoretis;
4. relevansi substantif terhadap *e-wallet*, digital financial literacy, dan perilaku pengeluaran; dan
5. ketersediaan teks lengkap.

Penilaian kualitas mengadaptasi prinsip Critical Appraisal Skills Programme (CASP) dan Joanna Briggs Institute (JBI). Data penting dari artikel dimasukkan ke dalam matriks ekstraksi sebelum dilakukan *coding* dan *cross-study analysis*.

2) Teknik Analisis Data

Penelitian menggunakan Thematic Analysis, yang terdiri atas lima tahap:

- *data familiarization*;
- *initial coding*;
- *theme categorization*;
- *thematic synthesis*; dan
- *drawing conclusions*.

Pengodean dilakukan secara hybrid, yaitu menggunakan pendekatan deduktif berdasarkan kerangka teoritis sekaligus pendekatan induktif untuk menangkap temuan kontekstual dari literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Literatur

Literatur yang dianalisis menunjukkan bahwa penelitian mengenai *e-wallet* dan pembayaran digital menggunakan beragam pendekatan, dengan dominasi penelitian kuantitatif berbasis survei. Fokus penelitian mencakup digital financial literacy, perilaku pengeluaran, penggunaan *e-wallet*, kemudahan transaksi, persepsi manfaat, desain aplikasi, *self-control*, dan *continuance intention*. Studi Jiang et al. (2026) berfokus

pada literasi finansial digital dan perilaku kredit/pengeluaran, sedangkan Yuttama (2025) secara lebih dekat membahas perilaku Gen Z dalam penggunaan pembayaran digital. Lamichhane (2025) menyoroti perilaku pengeluaran Gen Z dan pentingnya *habit* serta kepuasan, sedangkan Rahardja et al. (2023) menunjukkan relevansi desain dan performa aplikasi terhadap emosi serta niat melanjutkan penggunaan.

Variasi fokus penelitian meliputi:

- digital financial literacy;
- penggunaan *e-wallet*;
- *spending behavior*;
- *self-control*;
- kemudahan transaksi;
- persepsi manfaat;
- desain aplikasi;
- *continuance intention*; dan
- perilaku konsumtif.

Keragaman tersebut menjadi dasar penting untuk melakukan integrasi temuan antarpelitian.

B. Sintesis Tematik

1. Literasi Keuangan Digital sebagai Kontrol Kognitif

Literatur menunjukkan bahwa digital financial literacy memiliki peran penting dalam membantu individu memahami dan mengendalikan keputusan keuangan digital. Jiang et al. (2026), menunjukkan hubungan antara literasi finansial digital dengan perilaku kredit yang lebih purposif. Sementara itu, Yuttama (2025) menunjukkan bahwa Gen Z dapat memahami fitur pembayaran digital, tetapi pemahaman tersebut belum selalu diterapkan secara konsisten dalam pengelolaan anggaran.

Temuan tersebut menunjukkan adanya *knowledge-behavior gap*, yaitu kesenjangan antara pengetahuan finansial dan penerapannya dalam perilaku aktual. Dengan demikian, seseorang dapat memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan tetapi tetap melakukan pembelian impulsif ketika menghadapi stimulus digital tertentu.

2. Kemudahan, Fitur, dan Stimulus Digital

Tema kedua berkaitan dengan karakteristik *e-wallet* yang menunjukkan pentingnya karakteristik teknologi dalam membentuk perilaku penggunaan.

Kamis et al. (2022) menekankan pentingnya kemudahan dan promosi dalam penerimaan *e-wallet*. Sementara itu, Rahardja et al. (2023) menunjukkan pentingnya desain aplikasi dan performa dalam membentuk emosi pengguna dan *continuance intention*.

Artinya, perilaku pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh lingkungan digital yang dirancang oleh penyedia layanan. Promosi, *cashback*, kemudahan pembayaran, desain antarmuka, dan kecepatan transaksi dapat mengurangi *friction* dalam proses pembayaran. Semakin rendah hambatan transaksi, semakin mudah keputusan pembelian dilakukan secara cepat. Dalam konteks promosi, keputusan pengeluaran juga dapat bergeser dari *need-based spending* menuju *incentive-driven spending*.

3. Faktor Psikologis, Habit, dan Penggunaan Berulang

Tema ketiga menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* secara berkelanjutan

tidak hanya dipengaruhi promosi. Lamichhane (2025) menunjukkan pentingnya *habit* dan *satisfaction* dalam penggunaan jangka panjang, sedangkan Rahardja et al. (2023) menunjukkan peran desain dan performa aplikasi terhadap emosi serta niat melanjutkan penggunaan.

Temuan tersebut sejalan dengan ECM. Ketika pengalaman aktual memenuhi ekspektasi pengguna dan menghasilkan kepuasan, pengguna memiliki alasan lebih kuat untuk terus menggunakan layanan. Namun, dari perspektif Behavioral Economics, penggunaan berulang juga dapat membentuk kebiasaan yang membuat keputusan transaksi menjadi semakin otomatis.

C. Integrasi ECM, TPB, dan Behavioral Economics

1. Digital Financial Literacy Tidak Otomatis Menghasilkan Perilaku Finansial yang Rasional

Salah satu temuan penting dari sintesis adalah adanya *knowledge-behavior gap*. Secara teoritis, peningkatan pengetahuan keuangan diharapkan menghasilkan pengambilan keputusan yang lebih rasional. Namun, literatur menunjukkan bahwa pengetahuan dapat berhadapan dengan stimulus eksternal dan bias internal. Dalam lingkungan *e-wallet*, promosi, *cashback*, kemudahan transaksi, dan desain aplikasi dapat menciptakan situasi di mana keputusan aktual berbeda dari keputusan yang seharusnya diambil berdasarkan pengetahuan keuangan. Dengan demikian, digital financial literacy lebih tepat dipandang sebagai kapasitas pengendalian, bukan sebagai jaminan perilaku finansial yang sehat.

2. ECM dan Pembentukan Penggunaan Berulang

ECM memberikan penjelasan penting terhadap variabel penggunaan berulang. Pengguna tidak berhenti pada tahap mencoba *e-wallet*. Mereka melakukan evaluasi terhadap pengalaman aktual. Apabila pengalaman tersebut memenuhi ekspektasi, kepuasan terbentuk dan persepsi manfaat semakin kuat. Dalam konteks ini dapat dirumuskan secara konseptual:

**Expectation → Confirmation →
Satisfaction → Perceived Usefulness →
Continuance Intention**

Proses tersebut menjelaskan mengapa promosi dapat efektif untuk menarik pengguna pada tahap awal, tetapi kepuasan, manfaat, kenyamanan, dan *habit* menjadi semakin penting untuk mempertahankan penggunaan dalam jangka panjang. Hal tersebut konsisten dengan temuan Lamichhane (2025) yang menempatkan *habit* dan kepuasan sebagai faktor penting dalam penggunaan berkelanjutan.

3. TPB sebagai Jembatan antara Pengetahuan dan Perilaku

TPB melengkapi ECM dengan menjelaskan mekanisme pembentukan niat dan kontrol perilaku.

Dalam konteks penelitian ini, digital financial literacy tidak diposisikan sebagai *perceived behavioral control* secara langsung. Literasi menyediakan pengetahuan dan keterampilan, sedangkan persepsi kemampuan mengendalikan penggunaan dan pengeluaran merupakan mekanisme yang berbeda.

Dengan demikian:

**Digital Financial Literacy →
meningkatkan kapasitas memahami
keputusan**

Sedangkan:

**Perceived Behavioral Control →
memengaruhi kemampuan yang
dirasakan untuk mengendalikan perilaku**

Keduanya dapat berinteraksi dalam membentuk perilaku penggunaan *e-wallet*.

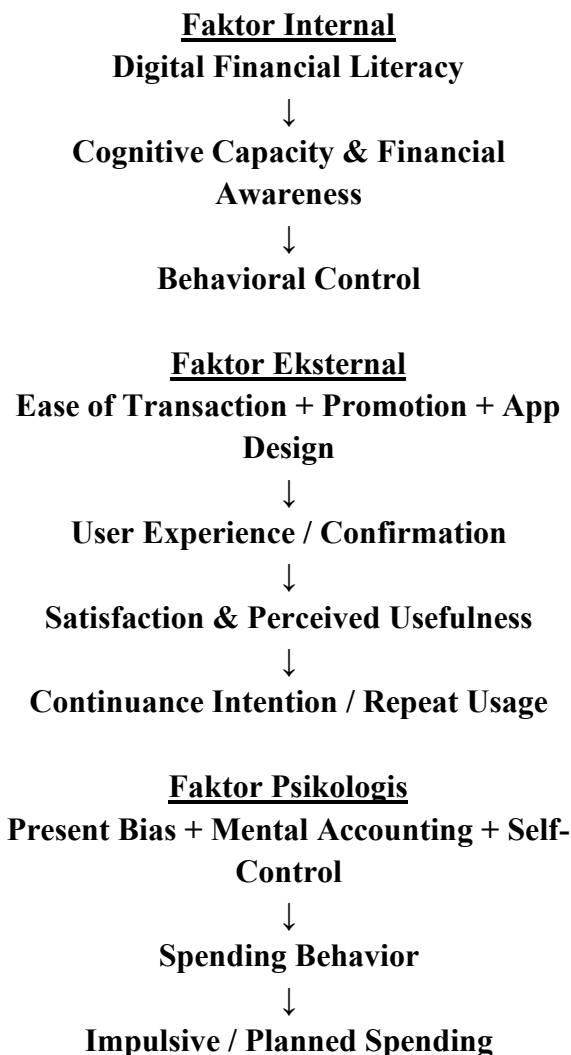
4. Behavioral Economics Menjelaskan Kontradiksi antara Literasi dan Pengeluaran

Behavioral Economics memberikan penjelasan terhadap kondisi ketika pengguna memahami konsekuensi keuangan tetapi tetap melakukan pembelian. *Present bias* menyebabkan manfaat instan misalnya memperoleh barang atau menikmati cashback dapat dipersepsikan lebih menarik daripada manfaat jangka panjang berupa tabungan.

Sementara itu, *mental accounting* dapat menyebabkan uang digital dipersepsikan berbeda secara psikologis dibandingkan uang tunai. Kemudahan pembayaran kemudian memperkuat proses tersebut karena mengurangi hambatan psikologis dalam transaksi. Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai rem kognitif, tetapi stimulus digital dan bias psikologis dapat berfungsi sebagai akselerator perilaku pengeluaran.

5. Model Integratif yang Dihasilkan

Berdasarkan sintesis literatur, hubungan antarkonsep dapat dirumuskan sebagai berikut:



Ketiga jalur tersebut saling berinteraksi, bukan berdiri sendiri.

Inilah kontribusi konseptual utama artikel.

D. Research Gap Dan Agenda Penelitian

Hasil sintesis menunjukkan beberapa arah penelitian selanjutnya.

Research Gap	Kondisi Literatur	Agenda Penelitian
Integrasi teori	ECM, TPB, dan Behavioral Economics	Menguji model integratif

Research Gap	Kondisi Literatur	Agenda Penelitian
Knowledge-behavior gap	sering digunakan secara terpisah Literasi tidak selalu menghasilkan perilaku disiplin	Menguji peran mediator/moderator
Repeat usage	Banyak studi berfokus pada adoption	Menguji continuance intention
Faktor psikologis	Masih relatif terbatas dibanding faktor teknologi	Menguji present bias, mental accounting, self-control
Gen Indonesia	Konteks Z penelitian masih beragam	Studi empiris khusus Gen Z/mahasiswa Indonesia
Longitudinal effect	Banyak penelitian menggunakan survei satu kali	Penelitian longitudinal

Dengan demikian, penelitian empiris selanjutnya dapat menguji apakah *digital financial literacy* memengaruhi penggunaan berulang secara langsung atau melalui *behavioral control*, *satisfaction*, dan *perceived usefulness*, serta apakah *self-control* dan bias psikologis memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil *integrative literature review*, dapat disimpulkan bahwa perilaku

penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z dan mahasiswa merupakan fenomena multidimensional yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui faktor teknologi maupun literasi keuangan secara terpisah, tetapi juga melibatkan aspek kognitif, teknologi, perilaku, pengalaman, dan psikologis.

Pertama, digital financial literacy berperan sebagai kontrol kognitif yang dapat membantu pengguna memahami risiko, manfaat, dan konsekuensi transaksi digital. Namun, literasi yang tinggi tidak selalu menjamin perilaku keuangan yang disiplin karena terdapat kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Kedua, kemudahan transaksi, desain aplikasi, promosi, dan fitur digital menjadi faktor yang dapat meningkatkan penggunaan *e-wallet* dan membentuk pengalaman pengguna. Faktor tersebut berpotensi meningkatkan penggunaan berulang sekaligus memengaruhi pola pengeluaran. Ketiga, faktor psikologis dan behavioral seperti *self-control*, *mental accounting*, dan *present bias* turut menjelaskan keputusan pengeluaran pengguna. Keempat, integrasi ECM, TPB, dan *Behavioral Economics* memberikan kerangka yang lebih komprehensif. ECM menjelaskan pengalaman pasca-adopsi dan penggunaan berkelanjutan, TPB menjelaskan kontrol perilaku dan niat, sedangkan Behavioral Economics menjelaskan pengaruh faktor psikologis dan keterbatasan rasionalitas.

Dengan demikian, artikel ini menawarkan perspektif integratif bahwa perilaku penggunaan *e-wallet* bukan hanya hasil dari penerimaan teknologi, tetapi merupakan hasil interaksi antara literasi keuangan digital, pengalaman penggunaan,

kontrol perilaku, karakteristik teknologi, dan mekanisme psikologis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370.
- Bhoopathy, D. G., & Kanagaraj, P. (2023). The impact of digital payments on consumer spending habits. *Tuijin Jishu/Journal of Propulsion Technology*, 44(4).
- Jiang, G.-L., Chen, F., & Xiao, J. J. (2026). Consumer digital financial literacy and purposive credit card behavior. *International Journal of Bank Marketing*.
- Kamis, R., Ismail, S., & Rahman, N. H. A. (2022). Go cashless: A proposed conceptual framework for e-wallet acceptance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11).
- Lamichhane, K. J. (2025). Spending behaviour of Gen Z consumers in the use of digital payment systems. *Journal of Business and Social Sciences Research*, 10(1).
- Long, T., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9.
- Rahardja, U., Sigalingging, C. T., Putra, P., Hidayanto, A. N., & Phusavat, K. (2023). The impact of mobile payment application design and performance attributes on consumer emotions and continuance intention. *SAGE Open*, 13.
- Shehadeh, M., Dawood, H. M., & Hussainey, K. (2024). Digital financial literacy and usage of cashless payments in Jordan: The moderating role of gender. *International Journal of Accounting & Information Management*.
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183–206.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Yousef, F. (2024). The impact of e-wallets on consumer spending behavior and financial management. *International Journal for Scientific Research*, 3(12).
- Yuttama, F. R. (2025). Behavioral shifts in digital finance: How e-payment influences consumer spending and financial literacy. *Journal of Management and Entrepreneurship Research*.