

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang pertama kali diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1967 (Fishbein & Ajzen, 1975). Pada tahun 1991, Ajzen menambahkan elemen yang dikenal sebagai *perceived behavioral control* (Fishbein & Ajzen, 1991). Tiga komponen utama memengaruhi perilaku individu, menurut TPB yang meliputi pandangan terhadap tindakan, norma sosial yang dirasakan, dan persepsi atas kemampuan mengendalikan perilaku.

TPB banyak dipakai dalam pemahaman dan peramalan perilaku manusia, termasuk perilaku konsumsi mahasiswa (Ajzen, 2005). Di dalam penelitian ini, literasi keuangan mempunyai peran signifikan dalam mengembangkan sikap dan norma subjektif yang memengaruhi kecenderungan perilaku konsumen. Pemahaman keuangan yang cukup mendorong seseorang guna bersikap lebih logis dalam proses perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan konsumsi (Lusardi & Mitchell, 2014). Norma subjektif merujuk pada pengaruh lingkungan sosial, termasuk keluarga, kelompok sebaya, dan media, yang dapat mendorong atau menghambat seseorang dalam mengambil keputusan konsumsi (Ajzen, 1991).

Theory of Planned Behavior (TPB) dipakai pada penelitian ini karena mampu mengklarifikasikan efek dari penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan,

dan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara komprehensif. Penggunaan *e-wallet* berkaitan dengan kontrol perilaku yang dirasakan, karena kemudahan dan kecepatan transaksi dapat memengaruhi kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran. Literasi keuangan mempunyai tugas dalam membina sikap terhadap perilaku konsumsi serta norma subjektif dalam pengambilan keputusan keuangan. Ditinjau dari sudut pandang perpajakan, tarif PPN memengaruhi pertimbangan rasional mahasiswa dalam menilai harga dan nilai konsumsi. Mengacu kerangka tersebut, TPB dinilai relevan sebagai landasan teori karena mampu mengintegrasikan faktor psikologis, sosial, dan ekonomi dalam menjabarkan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM awalnya disusun oleh Davis dikala 1986 silam. Modelnya ini mengintegrasikan konsep dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, yang sering dipakai menganalisa adopsi dan utilitas teknologi informasi (Venkatesh & Davis, 1996). Menurut Andhika (2019), TAM berorientasi untuk menganalisis elemen-elemen yang memengaruhi penerimaan sistem teknologi informasi serta mempelajari pola perilaku pengguna teknologi dalam skala yang luas.

Penelitian ini memakai *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai kerangka analisis dan sebagai dasar teoritis untuk menjabarkan perilaku mahasiswa dalam menerima dan memakai *electronic wallet (e-wallet)* sebagai

teknologi pembayaran digital. Di dalam kerangka TAM, penerimaan dan penggunaan suatu teknologi diberi pengaruh oleh persepsi mengenai manfaat serta kemudahan penggunaan, yang kemudian memengaruhi niat seseorang untuk tetap memakai teknologi tersebut secara berkelanjutan. Pada penelitian ini, kedua faktor tersebut mendorong intensitas penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa dalam melaksanakan transaksi konsumsi.

Kaitan TAM dengan model penelitian ini terletak pada hubungan diantara pemakaian *e-wallet* dan perilaku konsumtifnya mahasiswa. Makin tinggi tingkat penerimaan mahasiswa terhadap *e-wallet* yang tercermin dari penilaian atas kepraktisan dan manfaat pemakaian *e-wallet* oleh mahasiswa dalam aktivitas konsumsi sehari-hari memperlihatkan tren meningkat. Intensitas penggunaan tersebut dapat menurunkan hambatan psikologis dalam bertransaksi dan mendorong pembelian yang bersifat spontan atau tidak terencana, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

Technology Acceptance Model (TAM) dalam penelitian ini tidak berdiri sendiri, tetapi dipadukan dengan literasi keuangan dan tarif PPN sebagai faktor pembentuk perilaku konsumsi. Literasi keuangan mempunyai peran sebagai faktor internal yang memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan penggunaan teknologi pembayaran, sedangkan tarif PPN merupakan faktor eksternal yang memengaruhi pertimbangan biaya dalam setiap transaksi. Dengan demikian, TAM memberi kerangka untuk menjabarkan mengapa *e-wallet* dipakai, sementara literasi keuangan dan PPN

menjabarkan bagaimana penggunaan tersebut dikendalikan atau dipertimbangkan dalam perilaku konsumtif mahasiswa

2.1.3 Perilaku Konsumtif

2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif diinterpretasikan sebagai orientasi pribadi untuk membeli produk atau jasa yang dimotivasi oleh keinginan (*want*) bukan kebutuhan (*need*) (Yudasella & Krisnawati, 2019). Fenomena ini kerap dipicu oleh faktor internal maupun eksternal, termasuk maraknya *platform e-commerce* yang menawarkan kemudahan berbelanja dan berbagai promo menarik.

Afifah dan Yudiantoro (2022) mengungkapkan bahwa mahasiswa termasuk kelompok yang beresiko tinggi terhadap perilaku konsumtif. Resiko ini dikarenakan oleh beberapa pemicu seperti usia produktif, pengaruh *peer group*, dan akses mudah terhadap transaksi digital melalui *e-wallet*. Selain faktor eksternal, aspek internal seperti motivasi pribadi, cara pandang, dan karakter individu juga mempunyai peran signifikan dalam membentuk pola konsumsi berlebihan.

2.1.3.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dikategorikan sebagai tingkah laku individu dikala memanfaatkan barang dan jasa secara nonproporsional dan tidak mengacu kebutuhan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan, emosi, dan tekanan lingkungan. Menurut Sumartono (2019), perilaku konsumtif ditandai

oleh kecenderungan membeli tanpa perencanaan dan kurangnya pertimbangan terhadap manfaat serta kemampuan finansial. Adapun indikator perilaku konsumtif yang diaplikasikan yakni:

1. Pembelian berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan

Individu melaksanakan pembelian karena dorongan keinginan dan kepuasan pribadi, bukan karena kebutuhan utama. Konsumsi semacam ini sering kali bersifat berlebihan dan tidak memperhatikan skala prioritas (Sumartono, 2019; Taqwa & Mukhlis, 2022).

2. Pembelian impulsif (*impulse buying*)

Yakni sebuah tinglah laku membeli barang yang dilaksanakan spontan tanpa dipikirkan terlebih dahulu. Perilaku ini sering dipicu oleh promosi, diskon, kemudahan akses teknologi, dan sistem pembayaran non-tunai (Rook, 1987; Taqwa & Mukhlis, 2022).

3. Kurangnya perencanaan keuangan

Individu yang berperilaku konsumtif cenderung tidak mempunyai perencanaan anggaran yang jelas, sehingga pengeluaran sering kali tidak terkendali dan tidak disesuaikan dengan kemampuan keuangan yang dimiliki (Lusardi & Mitchell, 2017; Joko Setiono, 2021).

4. Dampak gaya hidup dan lingkungan sosial

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh *lifestyle*, tren, dan lingkungan pergaulan. Individu melaksanakan pembelian untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial atau mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal (Kotler & Keller, 2016; Banaji & Bhat, 2022).

5. Rendahnya kontrol diri terhadap pengeluaran

Rendahnya kemampuan mengendalikan diri dalam membelanjakan uang menyebabkan individu sulit menahan dorongan konsumsi meskipun menyadari keterbatasan keuangan. Hal ini makin diperkuat oleh kemudahan transaksi digital seperti *e-wallet* (Zhang et al., 2024; Muralidharan & Sheehan, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, perilaku konsumtif dalam penelitian ini diukur melalui indikator pembelian mengacu keinginan, pembelian impulsif, kurangnya perencanaan keuangan, pengaruh gaya hidup dan lingkungan sosial, dan rendahnya kontrol diri dalam mengelola pengeluaran.

2.1.3.3 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dikendalikan oleh beberapa komponen dari dalam hingga luar yang saling memengaruhi. Contoh faktor internal yang diperlukan ialah literasi keuangan, yakni kapasitas individu dalam pengelolaan keuangan secara bijaksana. Orang yang literasi keuangannya minim seringkali kurang bisa mengontrol pengeluarannya, tak mempunyai rencana keuangannya dengan optimal, dan gampang terdorong membeli sesuatu yang tak diperlukan. Sebaliknya, literasi keuangan yang baik bisa mendorong orang bisa mengambil putusan konsumsi yang lebih masuk akal dan menghindari perilaku konsumtif berlebihan (Lusardi & Mitchell, 2017; Taqwa & Mukhlis, 2022).

Selain faktor internal, perilaku konsumtif juga dipicu oleh aspek eksternal seperti kemudahan teknologi dan sistem pembayaran digital (*e-wallet*), gaya hidup, lingkungan sosial, dan kebijakan harga dan pajak seperti

tarif PPN. Kemudahan transaksi melalui *e-wallet* dapat meningkatkan frekuensi pembelian dan mendorong pembelian impulsif karena proses pembayaran yang cepat dan praktis. Pengaruh gaya hidup dan lingkungan sosial, termasuk media sosial, turut mendorong individu untuk mengikuti tren konsumsi. Faktor pemahaman terhadap tarif PPN sebagai komponen harga juga dapat memengaruhi keputusan konsumsi, baik dengan menahan maupun tetap melaksanakan pembelian meskipun harga meningkat (Kotler & Keller, 2016; Zhang et al., 2024; Joko Sutiono, 2021).

2.1.4 Electronic Wallet

Electronic Wallet (e-wallet) mengacu kepada Pasal 1 nomor 7 Peraturan BI 18/40/PBI/2016 terkait Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran merupakan layanan elektronik yang berfungsi menyimpan bukti mekanisme transaksi, baik berupa sarana pembayaran berbasis kartu maupun uang elektronik, yang dipakai sebagai sarana penyimpanan dana dalam melaksanakan transaksi pembayaran (BI, 2016). Kehadiran *e-wallet* menggantikan fungsi dompet konvensional lewat aplikasi digital, sehingga mengurangi penggunaan uang tunai dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Selain memberi kemudahan, *e-wallet* juga menawarkan jaminan perlindungan yang lebih baik bila dibanding dengan metode pembayaran konvensional. Setiap akun *e-wallet* dilengkapi dengan identitas pengguna yang terverifikasi, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembayaran, tetapi sekaligus sebagai sarana pendukung verifikasi transaksi. Di Indonesia, *e-wallet*

yang kerap dipakai antara lain GoPay, OVO, ShopeePay, sampai Dana (Bank Indonesia, 2016; Otoritas Jasa Keuangan, 2020)..

Penggunaan *e-wallet* memungkinkan proses pembayaran dilaksanakan secara instan tanpa melibatkan uang tunai, sehingga dapat mengurangi pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan konsumsi. Fitur pendukung seperti promo, *cashback*, dan integrasi dengan *platform* digital turut mendorong peningkatan frekuensi transaksi. Di dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap *e-wallet* penting untuk menganalisis sejauh mana penggunaan pembayaran non-tunai memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya ketika dikaitkan dengan level kecakapan literasi keuangannya dan pengenaan tarif PPN yang kerap tak disadari secara langsung dalam transaksi digital.

2.1.5 Literasi Keuangan

Literasi keuangan ialah sebuah kecakapan seseorang guna mendalami, menerapkan, dan mempunyai keyakinan dalam mengatur keuangan secara efektif (OJK, 2022). Mukmin et al. (2021) menjabarkan bahwasanya konsep literasi keuangan mencakup pemahaman dasar keuangan, keterampilan mengatur tabungan dan utang, pengetahuan investasi, dan kesadaran akan pentingnya asuransi sebagai bentuk perlindungan finansial.

Mengacu temuan Fahrianisa et al (2019), mahasiswa dengan tingkat kecakapan literasi keuangan yang memadai umumnya andal dalam menyusun keuangan dengan efisien dan cenderung terhindar dari pola konsumsi

berlebihan. Pada kondisi yang berbeda, minimnya pemahaman keuangan membuat mahasiswa lebih mudah terdorong ke dalam perilaku konsumtif akibat ketidaktahuan mereka dalam menerapkan prinsip pengelolaan keuangan yang tepat (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Literasi keuangan menjadi relevan dalam penelitian ini karena tingkat pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan mahasiswa mempunyai peran strategis dalam menciptakan perilaku konsumsi mereka. Mahasiswa yang andal mengenai literasi keuangan diharapkan bisa merencanakan pengeluaran, memilah mengenai kebutuhan dan keinginan, dan mempertimbangkan implikasi jangka panjang dalam setiap pengambilan keputusan konsumsi. Pada penelitian ini, literasi keuangan bukan hanya berfungsi sebagai elemen internal yang memengaruhi perilaku konsumtif, tetapi juga sebagai elemen yang dapat menekan dampak negatif kemudahan transaksi melalui *e-wallet* dan pengenaan tarif PPN, sehingga perlu dianalisa guna mendalami perilaku konsumtif mahasiswa secara lebih komprehensif (Herdjiono & Damanik, 2016).

2.1.6 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

PPN ialah jenis pajak tidak langsung yang dibebankan atas kegiatan konsumsi Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) di wilayah pabean. (Mardiasmo, 2018). Hal ini memperlihatkan bahwa PPN mempunyai keterkaitan langsung dengan aktivitas konsumsi masyarakat (Mardiasmo, 2019). PPN dikenakan pada setiap tahap produksi dan distribusi, tetapi beban pajak tersebut pada akhirnya dialihkan kepada konsumen akhir. UU No 7 th 2021 menjabarkan bahwasanya PPN mempunyai peran satu dari berbagai faktor

pokok pendapatan negara yang penting serta berfungsi sebagai instrumen fiskal untuk mengatur pola konsumsi masyarakat. Setelah ditetapkan tarif untuk PPN, pemerintah berkuasa untuk memengaruhi harga barang serta jasa yang dikonsumsi, sehingga secara tidak langsung dapat memengaruhi keputusan dan perilaku konsumsi individu.

Tarif PPN mempunyai peran sebagai komponen harga yang harus dibayarkan konsumen saat melaksanakan pembelian dalam konteks perilaku konsumtif. Kenaikan atau keberadaan PPN dapat memengaruhi daya beli dan keputusan konsumsi, terutama bagi individu yang sensitif terhadap perubahan harga. Di dalam praktiknya, tidak semua konsumen menyadari secara langsung besarnya PPN yang dibayarkan, sehingga pengaruh PPN atas perilaku konsumtif dapat berbeda-beda tergantung pada tingkat pemahaman dan kesadaran pajak masing-masing individu (Sukardji, 2020).

Bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan, pemahaman mengenai PPN seharusnya menjadi bagian dari pengetahuan akademik yang dimiliki. Pemahaman tersebut dapat memengaruhi cara mahasiswa menilai harga barang dan jasa serta mempertimbangkan beban pajak dalam keputusan konsumsi. Terlepas dari hal tersebut, kemudahan transaksi digital dan gaya hidup modern dapat menyebabkan mahasiswa tetap melaksanakan konsumsi secara berlebihan meskipun memahami adanya PPN sebagai tambahan biaya dalam setiap transaksi (Joko Sutiono, 2021).

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak hanya mempunyai peran sebagai komponen utama penerimaan negara, tetapi mempunyai peran juga dalam perilaku konsumsi masyarakat. Tarif PPN menjadi variabel yang cocok untuk dianalisis dalam hubungannya atas perilaku konsumtif mahasiswa, terutama ketika dikaitkan dengan literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Oktaviani et al. (2023)	<i>Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Literasi Keuangan	Literasi keuangan punya pengaruh positif atas perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.
2.	Mengga et al. (2023)	<i>Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri	Literasi keuangan dan <i>e-money</i> tidak punya pengaruh atas perilaku konsumtif. Sedangkan gaya hidup dan kontrol diri punya pengaruh positif atas perilaku konsumtif.

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
3.	Salsabilla & Yuhenni (2025)	<i>Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Dompot Digital (E-wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kota Padang melalui Demonstration Effect sebagai Variabel Intervening</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Penggunaan E-commerce dan E-wallet Variabel Intervening: Demonstration Effect	Penggunaan <i>e-commerce</i> dan <i>e-wallet</i> (melalui <i>demonstration effect</i>) punya pengaruh positif atas perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Padang.
4.	Sustiyo (2022)	<i>Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Literasi PPN	Literasi PPN punya pengaruh negatif atas perilaku konsumtif Generasi Z.
5.	Wardani et al. (2025)	<i>Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: E-wallet	Penggunaan <i>e-wallet</i> punya pengaruh positif atas perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z.
6.	Sari et al. (2023)	<i>Dampak Perubahan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Perubahan Tarif PPN	Perubahan tarif PPN punya pengaruh negatif atas perilaku konsumtif Generasi Z.

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
7.	Irfansyah et al. (2025)	<i>Pengaruh Tarif Pajak Pertambahan Nilai dan Literasi Pajak Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Tarif PPN dan Literasi Pajak	Tarif PPN dan literasi pajak punya pengaruh negatif dan signifikan atas perilaku konsumtif Generasi Z.
8.	Aprilian & Anggita (2021)	<i>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Bangka Belitung</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: Literasi Keuangan	Literasi keuangan tidak punya pengaruh atas perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi.
9.	Jadidah et al (2025)	<i>Pengaruh Kenaikan Tarif PPN, Literasi Pajak, dan Literasi Keuangan Terhadap Potensi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai</i>	Variabel Dependen: Penerimaan PPN Variabel Independen: Kenaikan tarif PPN, Literasi Pajak, dan literasi keuangan	Kenaikan tarif PPN dan literasi pajak punya pengaruh positif terhadap penerimaan PPN, sedangkan literasi keuangan tidak punya pengaruh terhadap penerimaan PPN.
10.	Al Farisyi (2024)	<i>Pengaruh Fintech E-wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: E-wallet dan Literasi Keuangan	<i>Fintech e-wallet</i> dan literasi keuangan tidak punya pengaruh atas perilaku konsumtif mahasiswa.

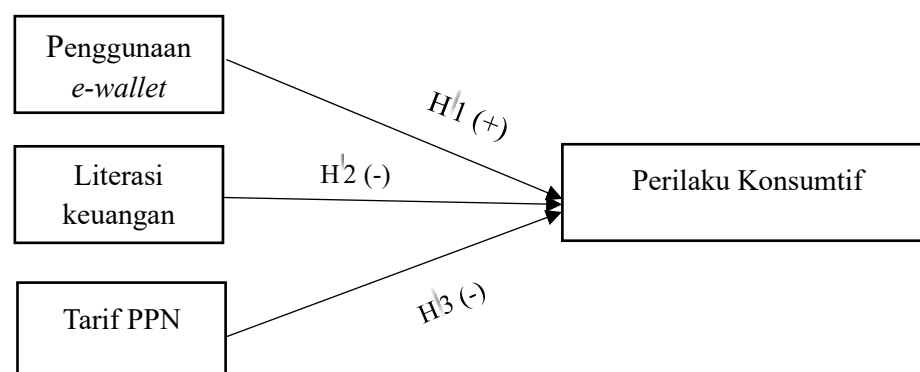
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
11.	Putri & Indriastuti (2022)	<i>Pengaruh Financial Literacy, Fintech E-wallet dan Financial Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta</i>	Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif Variabel Independen: <i>Financial Literacy, Fintech E-wallet dan Financial Attitude</i>	<i>Financial literacy dan financial attitude</i> punya pengaruh negatif, sedangkan <i>fintech e-wallet</i> punya pengaruh positif atas perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee.
12.	Sustiyo dan Hidayat 2019	<i>Literasi Keuangan dan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Generasi Z</i>	Variabel Dependen: PPN Variabel Independen: Literasi Keuangan	Literasi keuangan punya pengaruh positif terhadap pemahaman PPN pada Generasi Z.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teoritis dan penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, tercerminkan bahwasanya penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan, dan tarif PPN mempunyai keterkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian sebelumnya masih memperlihatkan perbedaan terkait besaran dan arah pengaruh masing-masing variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan guna mengkaji hubungan antara penggunaan *e-wallet*, literasi keuangan, dan tarif PPN terhadap

kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan yang menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro. Adanya kajian ini, ditujukan guna memperoleh wawasan empiris yang menyeluruh mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dengan latar belakang akademik di bidang keuangan dan perpajakan.

Pemanfaatan *e-wallet* menjadi sarana pembayaran non-tunai memberi kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi bagi mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan. Intensitas penggunaan *e-wallet* yang tinggi berpotensi mendorong peningkatan frekuensi konsumsi apabila tidak diiringi dengan pengendalian diri yang cukup. Literasi keuangan berkontribusi dalam membentuk kecakapan mahasiswa untuk merencanakan pengeluaran, memilah keperluan dan keinginannya juga mengendalikan keuangan secara rasional, sehingga mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang efektif seringkali terhindar dari perilaku konsumsi berlebihan. Adapun tarif Pajak Pertambahan Nilai turut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa melalui pertimbangan terhadap harga dan nilai konsumsi, di mana perubahan tarif PPN dapat memengaruhi keputusan konsumsi yang diambil.



Gambar 2.1 Kerangka Pikiran

Gambar 2.1 ialah bagian dari kajian ini. Penelitian ini menyelidiki pengaruh variabel independen Penggunaan *e-wallet*, Literasi Keuangan, dan Pajak Pertambahan Nilai terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif.

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Penggunaan *E-wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro

Technology Acceptance Model (TAM) memberi dasar teori untuk penelitian ini. TAM menjabarkan manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi, yang selanjutnya membentuk perilaku pengguna. Di dalam konteks *e-wallet*, kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, dan fleksibilitas penggunaan dapat meningkatkan intensitas transaksi dan menurunkan hambatan psikologis dalam pengambilan keputusan pembelian, sehingga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif.

Sejumlah penelitian terdahulu mengemukakan hasil yang beragam sehubungan dengan pengaruh *e-wallet* atas perilaku konsumtif. Fahriannisa et al. (2019), Putri dan Indriastuti (2022), dan Wardani et al. (2025) menyebutkan bahwasanya pemakaian *e-wallet* mempunyai pengaruh positif ke perilaku konsumtifnya mahasiswa akibat aksesibilitas transaksi dan adanya promosi digital. Namun, penelitian Mengga et al. (2023) dan Al Farisyi (2024) menemui dimana penggunaan *e-wallet* tidak mempunyai pengaruh atas perilaku konsumtif, yang mengindikasikan adanya peran faktor lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, dan karakter responden.

Mahasiswa Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro mempunyai latar belakang keilmuan di bidang keuangan dan perpajakan yang membentuk kemampuan analitis dan kesadaran finansial yang relatif baik. Meskipun demikian, dalam praktiknya kemudahan penggunaan *e-wallet*, intensitas transaksi, dan berbagai promosi digital tetap berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi. Mengacu TAM, kemudahan dan kebermanfaatan *e-wallet* dapat meningkatkan frekuensi penggunaan yang pada akhirnya mendorong peningkatan pengeluaran, termasuk pada konsumsi non-esensial, meskipun pengguna mempunyai pemahaman keuangan yang memadai.

Mengacu kepada landasan teorinya, temuan penelitian terdahulu, dan argumentasi hipotesis, maka disusun hipotesa dibawah ini:

H1: Penggunaan *E-wallet* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro.

2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro.

Theory of Planned Behavior (TPB) menjadi acuan teori yang dipakai pada kajian ini. Tindakan orang diberi pengaruh oleh pandangannya atas suatu perilaku, tekanan sosial yang dirasa, dan keyakinan orang atas kemampuannya dalam mengendalikan perilakunya. Dari segi mahasiswa Prodi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro, literasi keuangan berkontribusi dalam menyusun sikap rasional terhadap konsumsi serta mendorong peningkatan kontrol perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan. Pengetahuan yang diperoleh melalui pembelajaran akuntansi, perpajakan, dan pengelolaan keuangan mendorong

mahasiswa untuk lebih bersikap cermat dan terencana dalam memakai sumber daya keuangannya.

Studi sebelumnya menyebutkan literasi keuangan dan perilaku konsumtif ialah komponen yang berbeda. Penelitian oleh Aprilian dan Anggita (2021) serta Mengga et al. (2023) mendapatkan hasil literasi keuangan mahasiswa tak mempunyai dampak yang besar atas berapa banyaknya menghabiskan uang, yang memberi indikasi bahwasanya pengetahuan keuangan belum tentu tercermin langsung dalam perilaku konsumsi keseharian. Lalu Oktaviani et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan punya pengaruh atas perilaku konsumtifnya mahasiswa, mencerminkan bahwa pemahaman keuangan dapat memengaruhi pola konsumsi pada konteks tertentu. Penelitian Putri dan Indriastuti (2022) serta Fahriannisa et al. (2019) mendapatkan hasil temuan yang lebih spesifik, yakni literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif pada perilaku konsumtif, makin banyak literasi keuangannya akan makin sedikit minatnya mengonsumsi dengan impulsif. Perbedaan yang ditemukan dalam perolehan kajian ini memperlihatkan dimana pengaruh literasi keuangan atas perilaku konsumtif sifatnya kontekstual dan diberi pengaruh oleh karakter respondennya serta lingkungan pengambilan keputusan konsumsi.

Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro mempunyai pemahaman yang relatif lebih baik terkait perencanaan anggaran, pencatatan keuangan, kewajiban perpajakan, dan konsekuensi finansial jangka panjang dari setiap keputusan ekonomi. Mengacu TPB, pemahaman tersebut memperkuat kontrol perilaku yang dirasakan sehingga mahasiswa andal dalam memilah antara

kebutuhannya dan kenginginannya serta menekan konsumsi yang bersifat impulsif. Meskipun literasi keuangan pada konteks tertentu dapat mendorong pengeluaran produktif, pada mahasiswa Akuntansi Perpajakan pengeluaran tersebut cenderung dilaksanakan secara terencana dan rasional, sehingga secara umum literasi keuangan diperkirakan menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Mengacu kepada landasan teorinya, temuan kajian sebelumnya, juga argumentasi hipotesis, maka dirumuskan hipotesis kedua dengan:

H2: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro.

2.4.3 Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro

PPN merupakan pajak tidak langsung yang dikenakan atas konsumsi BKP dan/atau JKP, sehingga beban pajak terinternalisasi dalam harga barang atau jasa yang dikonsumsi. Di dalam TPB, perubahan tarif PPN memberi pengaruh sikap individu terhadap konsumsi serta menaikkan level persepsi kontrol perilaku dalam pengambilan keputusan ekonomi karena konsumen menyadari adanya konsekuensi finansial langsung. Sementara itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) menguraikan bahwa keputusan konsumsi juga tidak terlepas oleh manfaat dan kemudahan transaksi. Namun, ketika harga meningkat akibat PPN, pertimbangan rasional atas biaya cenderung lebih dominan, sehingga konsumsi berpotensi ditekan.

Penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa PPN dan literasi PPN berkaitan dengan penurunan perilaku konsumtif. Fahriannisa et al. (2019) menemui

bahwasanya PPN mempunyai pengaruh negatif pada perilaku konsumtif. Sustiyo dan Hidayat (2019) memperlihatkan literasi PPN punya pengaruh positif terhadap pemahaman PPN, yang meningkatkan kesadaran atas implikasi pajak. Selanjutnya, Sustiyo (2022) menemukan literasi PPN mempunyai pengaruh negatif signifikan atas perilaku konsumtif Generasi Z. Hasil serupa ditunjukkan oleh Sari et al. (2023) dan Irfansyah et al. (2025) yang menemui dimana perubahan dan tarif PPN punya pengaruh signifikan dalam menurunkan konsumsi. Di sisi lain, Jadidah et al. (2025) menemukan pengaruh positif kenaikan tarif PPN terhadap penerimaan PPN, menegaskan bahwa dampak PPN berbeda menurut sudut pandang analisis (perilaku konsumsi vs. penerimaan).

Mahasiswa Prodi Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro mempunyai pemahaman yang relatif optimal terkait mekanisme PPN dan implikasi ekonominya. Berdasarkan TPB, pemahamannya membentuk sikap rasional dan meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan, alhasil mahasiswa lebih berhati-hati dalam konsumsi ketika menyadari PPN menaikkan harga dan beban pengeluaran. Walaupun TAM menekankan manfaat dan kemudahan transaksi, dalam konteks kenaikan biaya akibat PPN, pertimbangan harga dan kemampuan bayar cenderung menekan keputusan konsumsi. Dengan demikian, PPN diperkirakan menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Berdasarkan landasan teori, temuan penelitian terdahulu, dan argumentasi hipotesis, maka dirumuskan hipotesa ketiga dengan:

H3: Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi Perpajakan Universitas Diponegoro.