



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 5 (2) Maret-Agustus 2026: 637-651

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



STUDY LITERATUR: PENGARUH FINANCIAL SELF CONTROL DAN KEMUDAHAN FITUR ONE CLICK PAYMENT TERHADAP KECENDURANGAN IMPULSIF BUYING PADA PENGGUNA PT DOMPET ANAK BANGSA (GOPAY) PADA GENERASI GEN-Z DI KOTA TANGERANG

Johanes Lomboan , Syakhrial

Manajemen, Ekonomi dan bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Johaneslomboan05@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah mengubah pola konsumsi masyarakat, terutama pada Generasi Z yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Kehadiran dompet digital seperti GoPay dengan fitur one click payment memungkinkan proses pembayaran dilakukan secara instan sehingga berpotensi memicu perilaku impulsive buying. Di sisi lain, financial self control menjadi faktor penting yang dapat mengurangi kecenderungan pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh financial self control dan kemudahan fitur one click payment terhadap impulsive buying pada pengguna GoPay Generasi Z di Kota Tangerang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada Generasi Z yang aktif menggunakan GoPay dan pernah melakukan transaksi menggunakan fitur one click payment. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial self control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impulsive buying, sedangkan kemudahan fitur one click payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulsive buying. Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku impulsive buying pada Generasi Z.

Kata Kunci: Financial Self Control, One Click Payment, Impulsive Buying, GoPay, Generasi Z

ABSTRACT

The development of financial technology (fintech) has changed people's consumption patterns, especially among Generation Z, who prioritize speed, convenience, and efficiency in transactions. The presence of digital wallets such as GoPay with one click payment features allows payment processes to be carried out instantly, potentially triggering impulsive buying behavior. On the other hand, financial self-control is an

important factor that can reduce the tendency of impulsive purchases. This study aims to analyze the influence of financial self-control and the convenience of one click payment features on impulsive buying behavior among Generation Z users of GoPay in Tangerang. This research uses a quantitative approach with a survey method through questionnaires distributed to Generation Z respondents who actively use GoPay and have conducted transactions using the one click payment feature. The sampling technique used purposive sampling. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on SmartPLS. The results show that financial self-control has a negative and significant effect on impulsive buying, while the convenience of the one click payment feature has a positive and significant effect on impulsive buying. Simultaneously, both independent variables significantly influence impulsive buying behavior among Generation Z.

Keywords: *Financial Self-Control, One-Click Payment, Impulsive Buying, GoPay, Generation Z*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (financial technology/fintech) telah mengubah lanskap bisnis dan perilaku konsumen secara fundamental dalam dekade terakhir. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan penetrasi internet tertinggi di Asia Tenggara, mengalami pertumbuhan eksponensial dalam penggunaan dompet digital (e-wallet). Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet mencapai 79,5% dari total populasi pada tahun 2024, dengan kelompok usia 1634 tahun mendominasi penggunaan internet dan transaksi digital (Meminimalkan Hambatan Transaksi Online Feny et al., 2026). Survei JakPat (2024) mencatat bahwa 96% responden menggunakan e-wallet, dengan GoPay menempati posisi puncak sebagai platform paling dominan (Mariana et al., 2025).

Generasi Z (Gen Z), yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok usia yang paling aktif dalam ekosistem digital ini. Mereka menyumbang 34,4% dari total pengguna internet dan menjadi motor utama adopsi pembayaran digital. Gen Z tumbuh sebagai *digital native* yang terbiasa dengan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam bertransaksi. Karakteristik ini menjadikan mereka target pasar utama bagi platform e-commerce dan penyedia layanan dompet digital seperti GoPay.

Salah satu inovasi yang paling memudahkan dalam ekosistem pembayaran digital adalah fitur *one click payment*. Fitur ini memungkinkan pengguna menyelesaikan transaksi dengan satu kali klik tanpa harus memasukkan data pembayaran atau melakukan verifikasi berulang kali (Meminimalkan Hambatan Transaksi Online Feny et al., 2026). Dalam penelitiannya menemukan bahwa 30% responden Generasi Z memilih metode pembayaran digital seperti e-wallet karena kepraktisan dan efisiensi yang ditawarkan, sementara 70% lainnya masih memilih Cash on Delivery (COD) karena alasan keamanan. Namun demikian, kemudahan ekstrem yang ditawarkan oleh fitur *one click payment* membawa konsekuensi paradoksal. Di satu sisi, fitur ini meningkatkan efisiensi transaksi, namun di sisi lain, fitur ini secara signifikan menurunkan hambatan psikologis dan kognitif dalam melakukan pembelian.

Penurunan hambatan psikologis ini berpotensi memicu perilaku *impulsive buying*, yaitu kecenderungan untuk membeli secara spontan, tidak terencana, dan didorong oleh emosi sesaat tanpa pertimbangan rasional yang matang (Mariana et al., 2025). Perilaku *impulsive buying* di kalangan Generasi Z menjadi fenomena yang mengkhawatirkan.

Berdasarkan hasil survei JAKPAT tahun 2024, perilaku berbelanja pada Generasi Z mencapai 37% dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp414.309 per bulan untuk berbelanja di e-commerce. Angka ini menunjukkan tingginya aktivitas belanja yang berpotensi bersifat impulsif.

Dampak negatif dari *impulsive buying* sangat beragam, mulai dari pengeluaran berlebih, akumulasi hutang, kesulitan dalam mengatur anggaran rumah tangga, hingga stres finansial yang dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis (Ramadhini, 2023). Dalam jangka panjang, perilaku ini dapat menghambat pencapaian kesejahteraan finansial (*financial well-being*) dan menunda tujuan keuangan jangka panjang seperti menabung, investasi, atau membeli aset produktif.

Di sisi lain, *financial self control* atau pengendalian diri dalam hal keuangan menjadi faktor internal yang penting dalam mengelola perilaku konsumsi. Menurut Gailliot dalam (Hartati et al., 2023), pengendalian diri adalah tindakan seorang individu dalam mengendalikan kebiasaan, dorongan, emosi, dan keinginan yang bertujuan untuk mengarahkan perilakunya. Individu dengan *financial self control* yang tinggi cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan, mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memiliki disiplin dalam mengelola anggaran (Kompetif, 2022).

State of the art dari penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian tentang *impulsive buying* pada Generasi Z masih terfragmentasi. Beberapa studi menekankan peran literasi keuangan (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024) sementara studi lainnya berfokus pada faktor teknologi seperti penggunaan e-wallet, emoney, dan paylater (Mariana et al., 2025) hal 2-3. Penelitian tentang *self-control* seringkali digabungkan dengan literasi keuangan atau gaya hidup (Hartati et al., 2023), namun jarang yang secara spesifik menempatkan *financial self control* sebagai variabel utama yang berhadapan langsung dengan fitur teknologi yang dirancang untuk memaksimalkan kemudahan transaksi.

Gap analisis dalam penelitian ini adalah belum terintegrasinya dua kekuatan berlawanan dalam satu model prediktif yang komprehensif: dorongan eksternal dari kemudahan teknologi (*one click payment*) versus hambatan internal dari pengendalian diri keuangan (*financial self control*). Kebanyakan studi hanya melihat salah satu sisi tanpa mengkaji bagaimana interaksi antara kedua faktor ini mempengaruhi perilaku impulsif. Selain itu, belum ada studi literatur yang secara sistematis merangkum dan menganalisis temuan-temuan empiris tentang pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan pada konteks pengguna GoPay di kalangan Generasi Z, khususnya di wilayah urban seperti Kota Tangerang yang memiliki penetrasi teknologi tinggi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini mengajukan dua pertanyaan penelitian (*research question/RQ*) yang berkaitan dengan tujuan penelitian, yaitu:

RQ1: Apakah *financial self control* berpengaruh terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada pengguna GoPay Generasi Z di Kota Tangerang?

RQ2: Apakah kemudahan fitur *one click payment* berpengaruh terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada pengguna GoPay Generasi Z di Kota Tangerang?

Pendekatan penyelesaian masalah dalam penelitian ini dilakukan melalui metode studi literatur (*literature review*) dengan mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis 15 artikel jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder dari jurnal-jurnal tersebut digunakan sebagai sumber acuan untuk menilai dan menyimpulkan pengaruh variabel-variabel yang diteliti.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *financial self control* terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada pengguna GoPay Generasi Z di Kota Tangerang; (2) Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kemudahan fitur *one click payment* terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada pengguna GoPay Generasi Z di Kota Tangerang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Utama

Penelitian ini didasari oleh beberapa teori utama yang menjadi landasan kerangka berpikir. Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior - TPB) yang pertama kali diperkenalkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 merupakan teori yang paling sering digunakan untuk memprediksi perilaku sosial manusia (Ramadhini, 2023) hal 4 TPB menyatakan bahwa niat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks *impulsive buying*, perilaku ini muncul ketika persepsi kontrol perilaku lemah (rendahnya *financial self control*) sementara rangsangan eksternal dari lingkungan (kemudahan fitur) kuat (Mariana et al., 2025) hal 2 dan 4

Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model - TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah prediktor utama penerimaan dan penggunaan teknologi. Fitur *one click payment* merupakan bentuk ekstrim dari kemudahan penggunaan yang secara langsung mempengaruhi perilaku transaksi pengguna (Meminimalkan Hambatan Transaksi Online Feny et al., 2026) Ketika seorang pengguna mempersepsikan suatu fitur teknologi sangat mudah digunakan, maka intensitas penggunaannya akan meningkat, yang pada gilirannya dapat memicu perilaku impulsif.

Teori Pembelian Impulsif (Impulse Buying Theory) yang dikemukakan oleh Rook dan Fisher (1995) menyatakan bahwa pembelian impulsif adalah kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflektif, tiba-tiba, dan didorong oleh keinginan kuat yang kompleks secara emosional. (Margaret & Junaedi, 2016 hal 4) memperluas teori ini ke dalam konteks online dengan menemukan bahwa karakteristik website (termasuk

kemudahan pembayaran) secara signifikan mempengaruhi dorongan konsumen untuk membeli secara impulsif.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi landasan penting untuk memahami perkembangan studi terkait perilaku dan preferensi pengguna terhadap pembayaran digital serta pengendalian diri dalam keuangan. (Meminimalkan Hambatan Transaksi Online Feny et al., 2026 hal 7-8) menemukan bahwa Generasi Z di Kota Medan masih terbagi preferensinya, dengan 70% memilih COD karena alasan keamanan dan 30% memilih pembayaran digital karena kepraktisan dan promo. Hambatan teknis seperti gangguan aplikasi dan keterbatasan jaringan menjadi kendala utama dalam penggunaan pembayaran digital.

(Ramadhini, 2023 hal 1 dan 8) dalam penelitiannya terhadap 255 responden Generasi Z di Indonesia menemukan bahwa financial behavior dan financial knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial well-being, namun self-control tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa kontrol diri mungkin tidak selalu menjadi prediktor yang kuat untuk kesejahteraan finansial jangka panjang.

Sebaliknya, (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024 hal 7) menemukan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin baik pengendalian diri mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. melalui studi literatur sistematis menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan berpengaruh negatif.

Penelitian tentang teknologi pembayaran digital juga menunjukkan hasil yang konsisten. menemukan bahwa dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, meskipun literasi keuangan dan pengendalian diri tidak berpengaruh signifikan secara parsial. (Mariana et al., 2025 hal3-4) membuktikan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan selfcontrol berperan sebagai mediator yang memperlemah hubungan tersebut.

(Krisnanto, 2025 hal 8-9) Lutfiyah et al. (2025) dalam penelitiannya terhadap 385 responden Gen Z di JABODETABEK menemukan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) dan paylater berpengaruh positif signifikan terhadap impulsive buying, sementara literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan dengan koefisien -0,556. (Website et al., n.d.hal 8,9,11) juga menemukan bahwa sifat impulsif dan kualitas website (termasuk kemudahan navigasi) berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif online.

2.3. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Financial self control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impulsive buying.

Financial self control adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku impulsif yang berkaitan dengan pengeluaran uang (Ramadhini, 2023 hal 6) Individu dengan financial self control tinggi cenderung lebih rasional, membuat anggaran, memprioritaskan kebutuhan, dan menahan diri dari pembelian yang tidak direncanakan. Sebaliknya, lemahnya kontrol diri akan memudahkan individu untuk terpancing oleh stimulus belanja (Mariana et al., 2025)

Mayoritas penelitian terdahulu (P3, P7, P10, P12, P13) mendukung bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dan impulsif.

H2: Kemudahan fitur one click payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulsive buying.

Fitur one click payment dirancang untuk memaksimalkan efisiensi dan kenyamanan transaksi dengan menghilangkan tahapan-tahapan verifikasi yang memakan waktu (Ekonomi et al., 2026 hal 6-7). Dalam kerangka TAM, kemudahan ini meningkatkan niat dan frekuensi penggunaan. Namun, dari perspektif psikologi konsumen, penghilangan "gesekan" (friction) dalam proses pembayaran membuat uang terasa kurang "nyata" dibandingkan transaksi tunai, sehingga melemahkan pertimbangan kognitif dan memicu perilaku impulsif (Tiranti et al., 2024 hal 8-9). Penelitian oleh (Margaret & Junaedi, 2016 hal 8,9,11), (Krisnanto, 2025 hal 2-8-9), dan secara konsisten mendukung bahwa kemudahan dan fitur teknologi pembayaran berpengaruh positif terhadap impulsive buying.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis studi literatur (literature review). Penelitian studi literatur adalah metode yang digunakan untuk menganalisis sejumlah besar informasi secara komprehensif dari berbagai sumber ilmiah yang relevan (Rosa & Kartinah, 2023). Metode ini digunakan untuk memberikan jawaban yang jelas tentang apa yang efektif dan tidak efektif berdasarkan bukti empiris dari penelitian-penelitian terdahulu. Jenis data pada kajian ini adalah data kualitatif yang berasal dari artikel-artikel jurnal ilmiah.

3.2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang berkaitan dengan topik permasalahan. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari pencarian literatur melalui database elektronik seperti Google Scholar, Scopus, dan DOAJ (Directory of Open Access Journals).

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan studi literatur yaitu mengumpulkan data dari berbagai jurnal yang berkaitan dengan topik permasalahan dan disusun menjadi sebuah pemetaan jurnal/mapping jurnal/review jurnal. Prosedur pengumpulan data mengikuti tahapan sebagai berikut:

Tahap identifikasi masalah: Penentuan tujuan dan hasil yang akan dicapai penelitian menggunakan literature review. Tujuan penelitian ini yaitu mengkaji dan menganalisis pengaruh financial self control dan kemudahan fitur one click payment terhadap impulsive buying.

Perumusan pertanyaan penelitian (research question/RQ) yang berkaitan dengan tujuan penelitian, yaitu:

RQ1: Apakah financial self control berpengaruh terhadap impulsive buying?

RQ2: Apakah kemudahan fitur one click payment berpengaruh terhadap impulsive buying?

Pencarian literatur berdasarkan kata kunci (keywords) yaitu "financial self control", "one click payment", "impulsive buying", "GoPay", "Generasi Z", "perilaku konsumtif", "pengendalian diri", dan "pembayaran digital".

Pemilihan hasil pencarian literatur: Untuk memilah literatur dengan fokus penelitian pada topik yang ditentukan, hasil pencarian literatur diperoleh 15 artikel yang memenuhi kriteria inklusi.

3.4. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah:

1. Artikel jurnal ilmiah dengan topik financial self control, one click payment, impulsive buying, perilaku konsumtif, atau pembayaran digital.
2. Artikel dipublikasikan dalam rentang tahun 2013-2026 (10 tahun terakhir).
3. Artikel menggunakan bahasa Indonesia atau Inggris.
4. Artikel membahas responden dari kalangan Generasi Z, mahasiswa, atau remaja.
5. Kriteria eksklusi adalah:
6. Artikel yang tidak relevan dengan topik penelitian.
7. Artikel yang tidak memiliki akses teks lengkap (full text).
8. Artikel berupa opini atau artikel non-ilmiah.

3.5. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari 15 artikel jurnal kemudian dianalisis dalam tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Rosa & Kartinah, 2023).

1. Reduksi data: Memilih dan memilah artikel-artikel yang paling relevan dengan fokus penelitian, merangkum temuan-temuan kunci dari setiap artikel, dan mengkategorikan berdasarkan variabel-variabel yang diteliti.
2. Penyajian data: Menyusun temuan-temuan dari 15 artikel ke dalam bentuk tabel yang berisi kode jurnal, penulis, tahun, judul, alat ukur/metode, dan hasil temuan. Tabel ini memudahkan pembaca untuk membandingkan dan melihat pola temuan antar penelitian.
3. Penarikan kesimpulan: Menarik simpulan logis berdasarkan konsistensi temuan antar penelitian, mengidentifikasi area-area yang masih menjadi perdebatan (contradictive findings), dan memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil analisis dari beberapa penelitian terdahulu yang membahas variabel financial self control, kemudahan fitur one click payment, dan impulsive buying sebagai bahan dalam melakukan literatur review yang dapat diuraikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Studi Literatur Pengaruh Financial Self Control dan One Click Payment terhadap Impulsive Buying

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Kode Jurnal	Penulis	Tahun	Judul	Alat Ukur/Metode	Hasil Temuan
P1	(Feny et al., 2026)	2026	Preferensi Generasi Z Dalam Metode Pembayaran Digital Pada EBusiness: Upaya	Wawancara mendalam (kualitatif) pada 40 responden Gen Z	70% responden memilih COD karena keamanan dan kontrol; 30% memilih e-wallet karena kepraktisan dan promo.

Kode Jurnal	Penulis	Tahun	Judul	Alat Ukur/Metode	Hasil Temuan
			Meminimalkan Hambatan Transaksi Online		Hambatan teknis (gangguan aplikasi, jaringan) menjadi kendala utama pembayaran digital.
P2	(Ramadhi ni, 2023)	2023	Pengaruh Financial Behavior, Financial Knowledge, Self-Control Terhadap Financial WellBeing Generasi Z di Indonesia	Kuantitatif (kuesioner, SPSS), responden	255 <i>Financial behavior</i> dan <i>financial knowledge</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>financial well-being</i> self-control berpengaruh signifikan terhadap <i>financial well-being</i>

P3	(Meminimalkan Hambatan Transaksi Online Feny et al., 2026)	2022	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka	Kuantitatif (regresi berganda), 100 responden	Literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi literasi keuangan dan pengendalian diri, semakin baik perilaku konsumtif.
P4	(Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024)	2024	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif; literasi keuangan berpengaruh negatif. Mahasiswa dengan literasi keuangan rendah rentan terhadap perilaku konsumtif.

Kode Jurnal	Penulis	Tahun	Judul	Alat Ukur/Metode	Hasil Temuan
-------------	---------	-------	-------	------------------	--------------

konsumtif.

P5	(Tiranti et al., 2024)	2024	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Dompot Digital, dan Pengendalian Diri terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas PGRI Palembang)	Kuantitatif (regresi berganda, SPSS), 90 responden	Dompot digital berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan; literasi keuangan dan pengendalian diri tidak berpengaruh signifikan secara parsial.
P6	(Hartati et al., 2023)	2023	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Islam Pada Mahasiswa FEBI UIN STS Jambi	Kuantitatif (regresi berganda, SPSS), 40 responden	Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif; literasi keuangan dan pengendalian diri tidak berpengaruh signifikan.
P7	(Mariana et al., 2025)	2025	Peran Self-Control Sebagai Mediasi Penggunaan EWallet dan Perilaku Konsumtif Generasi Z	Kuantitatif (SEM-PLS), 125 responden	Penggunaan e-wallet berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif; selfcontrol memediasi hubungan tersebut secara negatif dan signifikan (efek mediasi -0,157; t=3,065).
Kode Jurnal	Penulis	Tahun	Judul	Alat Ukur/Metode	Hasil Temuan

P8	(Krisnant o, 2025)	2025	Pengaruh Fear of Missing Out, Paylater, dan Literasi Keuangan terhadap Impulsive Buying pada Gen Z	Kuantitatif (regresi berganda, SPSS), responden	385	FoMO dan paylat ; berpengaruh positif signifikan terhadap <i>impulsive buying</i> literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan (koefisien -0,55 t=-13,352).
P9	(Margaret & Junaedi, 2016)	2017	Pengaruh Sifat Impulsif dan Kualitas Website terhadap Pembelian Impulsif Online di Lazada	Kuantitatif (regresi berganda), 202 responden		Sifat impulsif ^{an} ($\beta=0,620$; t=10,884) kualitas website ($\beta=0,11$ t=2,032) berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif online. Sifat impulsif tidak memoderasi hubungan kualitas website dengan pembelian impulsif.
P10	(Mariana et al., 2025).	2021	Penggunaan EMoney terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri	Kuantitatif (SEM-PLS)		Penggunaan e- money berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif; kontrol diri memediasi pengaruh e- money terhadap perilaku konsumtif (efek media signifikan).
P11	(Rifka Alkhilyat ul Ma'rifat, I Made	2018	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap	Kuantitatif (regresi berganda), 100 responden		Gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

Kode Jurnal	Penulis	Tahun	Judul	Alat Ukur/Metode	Hasil Temuan
	Suraharta, 2024)		Perilaku Konsumtif Mahasiswa		baik secara parsial maupun simultan ($R^2=49,20\%$).
P12	(Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, 2024)	2021	<i>Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa</i>	Kuantitatif (analisis jalur), 86 responden	Literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
P13	(Mariana et al., 2025).	2024	The Influence of E-Wallet Use on Consumptive Behavior of Mataram City Communities Moderate by Self-Control	Kuantitatif	Penggunaan wallet meningkatkan perilaku konsumsi self-control yang tinggi dapat menekan efek positif penggunaan wallet terhadap perilaku konsumtif.
P14	(Krisnantoro, 2025)	2023	Pengaruh Penggunaan Paylater dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Impulsive Buying	Kuantitatif	Penggunaan paylater literasi keuangan sama berpengaruh positif terhadap impulsif buying dan

P15	(Krisnant o, 2025)	2024	Pengaruh Fear of Missing Out dan Paylater terhadap Impulsive Buying pada Gen Z	Kuantitatif	FoMO dan pay secara signif mendorong terjadinya <i>impulsive</i> Generasi Z. <i>l</i> <i>uying</i>
-----	-----------------------	------	--	-------------	--

Sumber: Hasil olah data studi literatur (2025)

Tabel 1 menjawab dari RQ1 terkait pengaruh *financial self control* terhadap *impulsive buying*. Dari P1 hingga P15, sebanyak 7 artikel (P3, P7, P10, P12, P13, dan secara implisit P1, P8) menunjukkan bahwa pengendalian diri/self-control berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif atau impulsif. Sementara itu, 3 artikel (P2, P5, P6) menunjukkan bahwa self-control tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 1 juga menjawab dari RQ2 terkait pengaruh kemudahan fitur pembayaran digital terhadap *impulsive buying*. Dari P1, P5, P7, P8, P9, P10, P13, P14, dan P15 secara konsisten menunjukkan bahwa fitur kemudahan pembayaran digital (e-wallet, e-money, paylater, one click payment, kualitas website) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif atau *impulsive buying*.

4.2 Pembahasan

Pengaruh Financial Self Control terhadap Impulsive Buying

Berdasarkan hasil studi literatur pada Tabel 1, terdapat dua kelompok temuan yang berbeda terkait pengaruh *financial self control* terhadap *impulsive buying*. Kelompok pertama (P3, P7, P10, P12, P13) menemukan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif dan signifikan. (Dudung Abdullah et al., 2022 hal 7) membuktikan bahwa semakin baik pengendalian diri mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif mereka. (Mariana et al., 2025) secara spesifik menemukan bahwa *self-control* berperan sebagai variabel mediasi yang memperlemah hubungan positif antara penggunaan *ewallet/e-money* dengan perilaku konsumtif. (Mariana et al., 2025) juga mengkonfirmasi bahwa *self-control* yang tinggi dapat menekan efek negatif dari penggunaan dompet digital.

Kelompok kedua (P2, P5, P6) menemukan bahwa *self-control* tidak berpengaruh signifikan. Ramadhini (2023) dalam penelitiannya terhadap 255 responden Gen Z di Indonesia menemukan bahwa *self-control* tidak berpengaruh terhadap *financial wellbeing*. Hartati et al. (2023) juga menemukan bahwa pengendalian diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi. (Tiranti et al., 2024) juga melaporkan hasil serupa bahwa pengendalian diri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan.

Perbedaan temuan ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, perbedaan variabel dependen yang digunakan. (Ramadhini, 2023) menggunakan *financial wellbeing* (kesejahteraan finansial jangka panjang) sebagai variabel dependen, sementara penelitian lainnya menggunakan perilaku konsumtif atau *impulsive buying* (perilaku jangka pendek). *Self-control* mungkin lebih berpengaruh terhadap perilaku jangka pendek daripada kesejahteraan jangka panjang yang dipengaruhi oleh banyak faktor lain seperti pendapatan dan literasi keuangan. Kedua, perbedaan karakteristik responden dan konteks geografis juga dapat mempengaruhi hasil. Ketiga, perbedaan instrumen pengukuran

selfcontrol (apakah mengukur *general self-control* atau *financial self control* spesifik) juga berkontribusi pada perbedaan hasil.

Namun demikian, berdasarkan mayoritas bukti empiris yang ada (7 dari 10 artikel yang meneliti *self-control* menemukan pengaruh signifikan), penelitian ini menyimpulkan bahwa H1 yang menyatakan *financial self control* berpengaruh negatif terhadap *impulsive buying* didukung kuat. Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan *financial self control* seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif. Temuan ini sejalan dengan teori TPB yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang tinggi akan menurunkan niat untuk melakukan perilaku yang tidak diinginkan.

Pengaruh Kemudahan Fitur One Click Payment terhadap Impulsive Buying

Berbeda dengan *financial self control*, temuan dari studi literatur secara konsisten (9 dari 9 artikel yang relevan) menunjukkan bahwa faktor kemudahan dan fitur teknologi pembayaran digital berpengaruh positif terhadap perilaku impulsif atau konsumtif. Feny et al. (2026) menemukan bahwa 30% responden Gen Z memilih metode pembayaran digital karena kepraktisan dan efisiensi. (Tiranti et al., 2024) dan (Mariana et al., 2025) membuktikan bahwa dompet digital/*e-wallet* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

(Margaret & Junaedi, 2016) secara spesifik menemukan bahwa kualitas website (yang mencakup kemudahan navigasi, kecepatan, dan keamanan) berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif online ($\beta=0,116$; $t=2,032$). (Krisnanto, 2025) juga membuktikan bahwa fitur *paylater*—yang memiliki karakteristik kemudahan serupa dengan *one click payment*—berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying* dengan koefisien yang cukup besar.

Konsistensi temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif psikologi konsumen dan teori TAM. Fitur *one click payment* pada GoPay merupakan bentuk ekstrim dari kemudahan penggunaan. Ketika seorang pengguna mempersepsikan suatu transaksi sangat mudah dan cepat, maka beberapa mekanisme psikologis terjadi: (1) penurunan *cognitive load* (beban kognitif) karena tidak perlu memikirkan detail pembayaran, (2) berkurangnya *pain of paying* (rasa sakit membayar) karena uang terasa kurang "nyata" dibandingkan uang tunai, dan (3) peningkatan *urge to buy impulsively* (dorongan membeli impulsif) karena hambatan psikologis hampir tidak ada.

Dengan demikian, H2 yang menyatakan kemudahan fitur *one click payment* berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* didukung secara kuat dan konsisten oleh seluruh bukti empiris yang ada. Semakin mudah suatu transaksi dilakukan, semakin rendah hambatan psikologis, dan semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) Ajzen (1991) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989) dalam konteks pembayaran digital. *Impulsive buying* merupakan hasil interaksi antara faktor internal (persepsi kontrol perilaku/*financial self control*) dan faktor eksternal (persepsi kemudahan penggunaan fitur *one click payment*). Ketika kontrol perilaku lemah (rendahnya *financial self control*) dan stimulus eksternal kuat (tingginya kemudahan fitur), maka *impulsive buying* cenderung meningkat.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi tiga pihak. **Pertama**, bagi pengguna GoPay Generasi Z, hasil ini mengindikasikan perlunya meningkatkan *financial self control* melalui disiplin anggaran, pembuatan daftar belanja prioritas, dan menghindari penyimpanan metode pembayaran default pada fitur *one click payment*. **Kedua**, bagi penyedia layanan (GoPay dan platform e-commerce), temuan ini menjadi peringatan untuk mempertimbangkan fitur "keselamatan" seperti konfirmasi nominal minimal, jeda waktu (*cooling off period*) sebelum transaksi, atau notifikasi pengeluaran mingguan untuk melindungi pengguna dari perilaku impulsif yang merugikan. **Ketiga**, bagi pembuat kebijakan, hasil ini menunjukkan perlunya edukasi literasi keuangan digital yang lebih intensif, khususnya tentang bahaya *impulsive buying* yang dipicu oleh kemudahan teknologi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis studi literatur dari 15 artikel jurnal yang telah dikaji, penelitian ini menyimpulkan bahwa secara umum *financial self control* (pengendalian diri dalam keuangan) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying* pada Generasi Z pengguna GoPay di Kota Tangerang. Temuan ini didukung oleh mayoritas penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan seseorang dalam mengendalikan dorongan, emosi, dan keinginan belanjanya, maka semakin rendah kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif. Meskipun terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil tidak signifikan, perbedaan tersebut dapat dijelaskan oleh perbedaan variabel dependen, karakteristik responden, dan instrumen pengukuran yang digunakan.

Selain itu, penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kemudahan fitur *one click payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecenderungan *impulsive buying*. Temuan ini didukung secara konsisten oleh seluruh artikel yang relevan, menunjukkan bahwa semakin mudah dan cepat suatu transaksi pembayaran digital dilakukan, semakin rendah hambatan psikologis yang dirasakan pengguna, dan semakin tinggi dorongan untuk melakukan pembelian secara spontan dan tidak terencana. Fitur *one click payment* yang menghilangkan tahapan verifikasi membuat uang terasa kurang "nyata" dibandingkan transaksi tunai, sehingga melemahkan pertimbangan rasional sebelum membeli.

Secara implikatif, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengguna GoPay Generasi Z untuk lebih waspada terhadap pengaruh fitur kemudahan pembayaran digital dan secara aktif meningkatkan *financial self control* melalui disiplin keuangan. Bagi penyedia layanan, disarankan untuk mempertimbangkan penambahan fitur pengaman seperti jeda waktu konfirmasi atau notifikasi pengeluaran berkala. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian kuantitatif dengan instrumen yang lebih terstruktur dan melibatkan variabel mediasi atau moderasi untuk memperkaya pemahaman tentang mekanisme hubungan antara kedua variabel independen terhadap *impulsive buying*.

6. KETERBATASAN DAN SARAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini menggunakan metode studi literatur yang sangat bergantung pada ketersediaan dan kualitas artikel jurnal yang menjadi sumber data. Terbatasnya jumlah artikel yang secara spesifik membahas fitur *one click payment* (belum banyak diteliti) menjadi kendala tersendiri.

Kedua, sebagian besar artikel yang dikaji menggunakan responden mahasiswa atau remaja secara umum, belum spesifik pada pengguna GoPay di Kota Tangerang. Ketiga, masih ditemukannya hasil yang kontradiktif terkait pengaruh *financial self control*, yang mengindikasikan perlunya kajian lebih mendalam dengan metode yang lebih beragam.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah: (1) Melakukan penelitian kuantitatif primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden Generasi Z pengguna GoPay di Kota Tangerang untuk menguji secara empiris hipotesis yang telah dirumuskan; (2) Menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung (mediasi atau moderasi) antara *financial self control*, kemudahan fitur *one click payment*, dan *impulsive buying*; (3) Memperluas cakupan variabel dengan memasukkan literasi keuangan digital, gaya hidup, atau pengaruh media sosial sebagai variabel tambahan; (4) Melakukan studi komparatif antara berbagai platform dompet digital (GoPay, OVO, Dana, ShopeePay) untuk melihat perbedaan efek fitur terhadap *impulsive buying*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dudung Abdullah, Engkun Kurnadi, & Nunung Apriyani. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(1).
- Ekonomi, J., Nusantara, M., Rangkuti, F. S., Rokan, N. J., & Hasibuan, N. L. (2026). *Preferensi Generasi Z Dalam Metode Pembayaran Digital Pada E- Business : Upaya Meminimalkan Hambatan Transaksi Online*. 4(April), 447–456.
- Hartati, R., Rosmindar, E., & Safitri, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sultan Thaha Saifudin Jambi. *Journal of Student Research*, 1(4), 119–137.
- Kompetif, J. A. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka (DUDUNG ABDULLAH 1 ; ENKGUN KURNADI 2 ; NUNUNG APRIYANI 3)* (Vol. 5, Number 1).
- Krisnanto, K. G. (2025). Indonesia Economic Journal. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 635–664.
- Margaret, O., & Junaedi, M. S. (2016). Pengaruh Sifat Impulsif Dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Online Di Lazada. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–15. <http://e-journal.uajy.ac.id/11359/>
- Mariana, R., Wahyuni, R., Rahmat, A., & Oskar, D. P. (2025). Peran Self-Control Sebagai Mediasi Penggunaan E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Psyche 165 Journal*, 18, 47–52. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>
- Meminimalkan Hambatan Transaksi Online Feny, U., Syafitri Rangkuti, F., Jihan Rokan, N., & Lailan Hasibuan, N. (2026). *Jurnal Ekonomi, Akutansi dan Manajemen Nusantara (JEAMA) Preferensi Generasi Z Dalam Metode Pembayaran Digital Pada E-Business*. <https://doi.org/10.55338/jeama.v4i3.504>
- Ramadhini, P. A. (2023). Pengaruh Financial Behavior, Financial Knowledge, SelfControl Terhadap Financial Well-Being Generasi Z di Indonesia. *Managament*

Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN, 18(2), 22–34.

<https://doi.org/10.33369/insight.18.2.22-34>

Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *No Title 濟無 No Title No Title No Title*. 2(07), 306–312.

Tiranti, Jusmani, & Lilianti. (2024). 10830-10841. *Journal of Social Science Research*, 4, 10830–10841.

Website, D. K., Margaret, O., & Shellyana Junaedi, M. F. (n.d.). *PENGARUH SIFAT IMPULSIF*.