

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN  
*E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh  
ADINDA SYAHLA**



**S1 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE, AND E-COMMERCE ON STUDENT CONSUMPTIVE BEHAVIOR**

**By:**

**Adinda Syahla**

*This study aims to find out and analyze whether financial literacy, lifestyle, and E-commerce have an influence on consumptive behavior. This research was conducted by involving students of S1 Accounting at the University of Lampung with a total sample of 109 students. The analytical method used in this study is a quantitative method with primary data as a source of research. The sampling method is based on a non-probability sampling method using a purposive sampling technique. The data that has been collected is then analyzed using the Partial Least Square (PLS) Analysis approach. The results of this study concluded that financial literacy has a negative effect and does not show a significant relationship to the consumptive behavior of S1 Accounting students at the University of Lampung, conversely lifestyle and E-Commerce has a positive and significant effect on the consumptive behavior of S1 Accounting students at the University of Lampung.*

*Keywords: Consumptive behavior, Financial Literacy, Lifestyle, E-Commerce.*

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh:**

**Adinda Syahla**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah literasi keuangan, gaya hidup, dan *E-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 109 mahasiswa. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data primer sebagai sumber penelitian. Metode pengambilan sampel didasarkan pada metode non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) Analysis. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Lampung, sebaliknya gaya hidup dan *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Akuntansi di Universitas Lampung.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *E-commerce*.

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN  
*E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI DI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh  
**ADINDA SYAHLA**

**Skripsi**  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA AKUNTANSI**

Pada  
**Jurusan Akuntansi**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDARLAMPUNG  
2023**

**Judul Skripsi** : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN,  
GAYA HIDUP, DAN *E-COMMERCE*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI DI  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa** : *Adinda Syahla*

**Nomor Pokok Mahasiswa** : 1911031035

**Jurusan** : Akuntansi

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**MENYETUJUI**

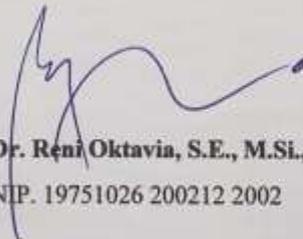
**1. Komisi Pembimbing**



**Dr. Sudrajat, S.E., M.Acc., Ak., CA.**

NIP. 19730923 200501 1001

**2. Ketua Jurusan Akuntansi**



**Dr. Rendi Oktavia, S.E., M.Si., Ak.**

NIP. 19751026 200212 2002

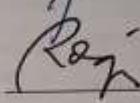
MENGESAHKAN

1. Tim penguji

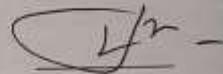
Ketua : Dr. Sudrajat, S.E., M.Acc., Ak., CA.



Penguji Utama : Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si., Akt



Penguji Kedua : Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt., C.A.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP. 19660621 199003 1003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 03 Agustus 2023

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Adinda Syahla

NPM : 1911031035

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Lampung" adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian penulisan, pemikiran, dan pendapat penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya. Apabila ditemukan dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandarlampung, 08 Agustus 2023

Penulis



Adinda Syahla

1911031035

## RIWAYAT HIDUP



Penulis skripsi ini bernama Adinda Syahla, lahir di Prabumulih pada tanggal 25 April 2000 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara yang merupakan putri dari Bapak Alm Awal Fajri, M.Pd. dan Ibu Elis Purnama Sari, S.Pd. Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN 48 Prabumulih pada tahun 2006 – 2012.

Penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di Darunnajah Islamic Boarding School pada tahun 2012 – 2015, dan menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMAN 3 Prabumulih pada tahun 2015 – 2018. Pada tahun 2019, penulis terdaftar sebagai mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Selama menempuh pendidikan di Universitas Lampung, penulis aktif mengikuti organisasi dan komunitas seperti, Koperasi Mahasiswa Unila, UPKM-F Pilar Ekonomi, DPM-U KBM Unila, dan Volunteer Mari Berfaedah. Selain aktif dalam organisasi, penulis juga aktif dalam program kampus merdeka seperti, Program Permata Sari Kampus Merdeka, KMMI Kurs SDGS dan Pengelolaan Pendidikan, dan Kampus Mengajar tahun 2021. Penulis juga mengikuti Program Riset MBKM dan Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) tahun 2022.

## **PERSEMBAHAN**

### **Alhamdulillahirabbilamin**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu disanjung agungkan kepada Nabi Muhammad SAW.

**Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini untuk :**

### **Ayah Tercinta, Alm Awal Fajri, M.Pd.**

Terima kasih telah memberi segala cinta dan kasih sayang yang tidak terbatas. Terimakasih karena telah mengajarkan untuk tidak pernah menyerah akan mimpi yang ingin diraih. Walaupun raga ayah sudah tidak ada tetapi cinta dan kasih sayang tidak akan pernah hilang dan tergantikan.

Semoga Allah SWT memberikan tempat terbaik untuk ayah di surga dan menggantikannya dengan kebahagiaan dan keberkahan,

Aamiin

### **Umi Tercinta, Elis Purnama Sari, S.Pd.**

Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tidak terbatas. Terimakasih atas segala doa yang tiada hentinya yang diberikan untuk menggapai impian dinda, terima kasih karena selalu memberikan nasihat dan dukungan.

Semoga Allah SWT memberikan perlindungan baik di dunia dan akhirat,

Aamiin

**Almamaterku tercinta, Universitas Lampung**

## **MOTTO**

“Jangan pernah iri dengan pencapaian dan rezeki orang lain karena setiap orang memiliki waktunya masing-masing atas pencapaiannya”

“Selalu tersenyum apapun kondisinya”

## SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrahiim,

Alhamdulillah rabbilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Lampung”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak yang memberikan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si. Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Sudrajat, S.E., M.Acc., Ak., CA. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, saran dan kritik, dukungan doa serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Rindu Rika Gamayuni, S.E., M.Si., Akt selaku dosen pembahas

pertama yang telah memberikan bimbingan, kritik, dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.

5. Ibu Yenni Agustina, S.E.,M.Sc.,Akt.,C.A. selaku dosen pembahas kedua yang telah memberikan bimbingan, kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Saring Suhendro, S.E., M.Si.Ak., CA. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengetahuan berharga bagi penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
8. Para staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, yang telah banyak membantu baik selama proses perkuliahan maupun semasa penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Alm Awal Fajri, M.Pd. dan Ibu Elis Purnama Sari, S.Pd. Terimakasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, perhatian, dan atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis. Semoga kelak penulis dapat memberikan kebahagiaan dan terus menjadi kebanggaan serta menjadi anak yang berbakti.
10. Abang dan Adikku, Afif Gatra Arsyri, S.T. dan Aqilah Nadira, terima kasih karena terus memberikan dukungan dan doa yang telah diberikan. Semoga kelak penulis dapat membalas kebaikanmu.
11. Keluarga besarku, terkhusus Wak Rahmat, Wak Hanoem, dan Tante may. Terima kasih sudah memberikan doa, dukungan, dan nasihat selama proses

penyelesaian skripsi ini.

12. Teman seperjuanganku GBL, Risa, Aul R, Tiara, Dina, Sinta, Aul G, Putu, Alya, Nur, Alkin, Farhan, Sadam, Heri. Terima kasih telah banyak membantu dan saling mengasihi selama masa perkuliahan dan selama proses skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan banyak hal yang diberikan. Semoga hal baik selalu mengiringi kalian, dimanapun kalian berada nantinya.
13. Sahabatku, Chairunnisa. Terima kasih karena telah mendengarkan keluh kesahku, serta terus memberikan doa baik dan dukungan untuk penulis. Penulis berharap hal baik senantiasa terus mengiringi.
14. Seluruh teman-teman Akuntansi 2019, terima kasih telah kebersamai dan saling memberikan dukungan selama masa kuliah, semoga hal baik terus mengiringi kalian dimanapun kalian berada.
15. Teristimewa kepada pemilik nama Ahmad Zuhdi, seseorang yang telah memberikan banyak kontribusi dalam penulisan skripsi ini, yang rela meluangkan waktu, tenaga, pikiran, materi, maupun moril kepada penulis dan senantiasa sabar dalam menghadapi dan mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih telah menjadi rumah dan telah menjadi bagian dalam perjalanan hingga penyusunan skripsi ini. Semoga selalu ada “kita” disetiap perjalanan yang nantinya akan dilalui.
16. Teruntuk diri sendiri, terima kasih karena telah sekuat ini dalam menghadapi segala macam rintangan. Terima kasih karena tidak menyerah dan selalu tersenyum sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik dan semaksimal mungkin.

*Cheers to this new start in my life!*

17. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik, atas bantuan dan dukungannya, penulis mengucapkan terima kasih, semoga hal baik senantiasa menanti dan mendapatkan balasan dan keberkahan dari Allah SWT.
18. Terakhir, penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki kekurangan, sehingga perlu adanya saran dan kritik yang membangun agar lebih baik. Penulis harap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumber informasi literature untuk penulisan karya ilmiah berikutnya.

Bandarlampung, 08 Agustus 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adinda Syahla', with a stylized, cursive script.

**Adinda Syahla**

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan Penelitian.....	10
1.4    Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II  TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1    Kajian Teori.....	13
2.1.1 <i>Financial Management Behavior</i> .....	13
2.1.2  Literasi Keuangan .....	15
2.1.3  Gaya Hidup .....	23
2.1.4 <i>E-commerce</i> .....	26
2.1.5  Perilaku Konsumtif .....	29
2.2    Kerangka Konseptual .....	32
2.3    Hipotesis.....	33
2.4.1  Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif .....	33
2.4.2  Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif .....	35
2.4.3  Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	37
<b>BAB III  METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1    Populasi dan Sampel .....	39
3.2    Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.3    Metode Analisis.....	40
3.4    Instrumen Penelitian .....	42
3.5    Operasional Variabel .....	46
3.6    Metode Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	47
3.6.1  Model Pengukuran <i>Outer Model</i> .....	48

3.6.2 Model Pengukuran <i>Inner Model</i> .....	49
3.7 Uji Hipotesis .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	51
4.2 Responden .....	51
4.3 Analisis Data .....	53
4.3.1 Analisis Data Skala <i>Likert</i> .....	53
4.3.2 Hasil dan Pembahasan Pengujian .....	63
4.4. Pembahasan .....	82
4.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif .....	82
4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif .....	84
4.4.3 Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	86
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	90
5.3 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Hasil Kuisisioner Mahasiswa Akuntansi Universitas Lampung .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Akuntansi .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> Literasi Keuangan .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i> Gaya Hidup .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 3.4 Skala <i>Likert E-commerce</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 3.5 Skala <i>Likert</i> Perilaku Konsumtif .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 3.6 Kisi-Kisi <i>Instrument</i> Penelitian Variabel Literasi Keuangan .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 3.7 Kisi-Kisi <i>Instrument</i> Penelitian Variabel Gaya Hidup .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 3.8 Kisi-Kisi <i>Instrument</i> Penelitian Variabel <i>E-commerce</i> .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 3.9 Kisi-Kisi <i>Instrument</i> Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.1 Tahun Angkatan Responden.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.3 Skala <i>Likert</i> Literasi Keuangan (X1).....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.4 Skala <i>Likert</i> Gaya Hidup (X2).....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.5 Skala <i>Likert E-commerce</i> (X3).....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.6 Skala <i>Likert</i> Perilaku Konsumtif (Y).....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.7 <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.9 <i>Cronbach's Alpha</i> .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4.10 <i>R-square</i> .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.11 <i>f-square</i> .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.12 <i>Path Coefficients</i> .....</b>	<b>80</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi informasi yang semakin berkembang telah membuat masyarakat lebih mudah melakukan hal-hal dan memenuhi kebutuhan mereka. Berbelanja secara online adalah salah satu dari banyak platform yang memudahkan aktivitas sehari-hari. Situs web belanja online memungkinkan orang membeli dari mana saja dan kapan saja tanpa harus keluar dari rumah. Selain itu, adanya teknologi yang membuat pembayaran dan transfer uang jauh lebih mudah. Teknologi ini disebut platform *e-money*, atau uang elektronik. Untuk menggunakannya, masyarakat hanya perlu men-*scan barcode* dari aplikasi yang ada di ponsel pembayaran. Hal ini sangat memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini juga dirasakan oleh masyarakat yang tinggal di perkotaan, mereka yang hidup di kota akan lebih mudah mengakses *platform online* atau *E-commerce* dan hal ini dapat menyebabkan perilaku konsumtif pada seseorang, fenomena ini menarik untuk diteliti karena perilaku konsumtif sangat melanda kehidupan remaja, terutama mahasiswa.

Ketika seseorang membeli sesuatu karena keinginan, bukan kebutuhan, maka hal itu dikenal sebagai perilaku konsumtif.. Penelitian Ulayya dan Mujiasih (2020) mendapatkan hasil bahwa pada umumnya fenomena perilaku konsumtif cenderung mudah di temukan pada masyarakat perkotaan, akan tetapi setelah berjalannya waktu dan munculnya perkembangan teknologi yang semakin maju hal tersebut

mengalami banyak perubahan. Dikarenakan adanya internet dan kemajuan teknologi di era digital saat ini, maka setiap orang berkemungkinan memiliki perilaku konsumtif.

Pola hidup konsumtif sangat mudah diterima oleh masyarakat Indonesia, terutama mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa gaya hidup anak-anak di kampus identik dengan jalan-jalan dan membeli barang-barang yang sedang populer. Menurut Dias (2015) remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif. Dengan perkembangan zaman yang sudah sangat canggih ini, sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui kegiatan konsumsi, di mana konsumen mengalokasikan kekayaannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Faktor-faktor lain yang mendorong konsumen untuk memenuhi kebutuhan tersebut termasuk pendapatan yang tinggi dan kebiasaan atau gaya hidup individu. Pengertian gaya hidup menurut Dias (2015) adalah pandangan seseorang tentang bagaimana mereka menggunakan uangnya serta bagaimana mereka mengatur waktunya. Setiap manusia memiliki gaya hidup yang berbeda dan hal itu tidak bisa dipungkiri mengingat bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda dan hal itu dapat dipengaruhi oleh gaya hidup.

Pada usia remaja khususnya mahasiswa, mereka akan berlomba-lomba untuk menampilkan diri secara maksimal, mereka ingin keberadaannya diakui oleh seluruh orang. Hal ini ditandai dengan semakin seringnya mereka mengikuti gaya hidup seseorang yang mereka idolakan dan menyebabkan para remaja dapat membeli barang dan jasa tanpa berpikir panjang. Mereka memilih untuk membeli sesuatu ataupun tidak membeli sesuatu ditentukan oleh diri sendiri. Mahasiswa juga harus menyadari pentingnya pengetahuan keuangan. Masa kuliah adalah saat

pertama bagi kebanyakan mahasiswa untuk mengelola keuangan mereka sendiri tanpa pengawasan orang tua. Perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan berbeda-beda tergantung pada latar belakang mereka. Setelah kuliah, mereka lebih bebas dalam menggunakan uang mereka meskipun uang tersebut masih didapatkan dari orang tua. Ketika mereka telah bebas seperti ini, literasi keuangan sangat berperan penting dalam kehidupan keuangan mereka.

Banyak mahasiswa mengalami masalah keuangan, seperti berperilaku boros, gagal memenuhi kebutuhan berdasarkan skala prioritas, dan berfokus pada perencanaan, pengelolaan, dan penggunaan uang yang tidak tepat. Literasi keuangan sangat penting di kehidupan sehari-hari agar seseorang dapat mengelola uang mereka setiap hari seperti, merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, mengendalikan, dan menyimpan uang mereka, disebut perilaku keuangan. Literasi keuangan atau melek keuangan menggambarkan pengelolaan keuangan seseorang untuk mencapai kesejahteraan yang maksimal. Setiap manusia membutuhkan kemampuan ini untuk menghindarkan diri dari masalah-masalah keuangan.

Pengelolaan keuangan pribadi menjadi penting bagi setiap individu terutama mahasiswa karena dapat menentukan kehidupan jangka pendek maupun jangka panjang. Pengelolaan keuangan pribadi merupakan bentuk kecerdasan dalam mengelola aset keuangan pribadi. Pengelolaan keuangan perlu dilakukan secara disiplin dan terencana, sehingga tujuan yang sudah direncanakan dapat terealisasi pada saat yang sudah ditentukan.

Literasi keuangan sebagai upaya untuk meningkatkan kepekaan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan, yang diawali dengan mengetahui, kemudian

meyakini, hingga menjadi terampil untuk terlibat aktif, dengan kata lain mencapai masyarakat yang memiliki pengetahuan yang baik pada sektor jasa keuangan, yakni bidang perbankan, perasuransian, lembaga pembiayaan, dana pensiun, pasar modal, dan pegadaian. Melalui berbagai metode pengajaran, media, dan sumber belajar yang sesuai dengan kompetensi, diharapkan mampu memberikan bekal kepada mahasiswa untuk memiliki kecakapan di bidang keuangan, sehingga mahasiswa menjadi siap dan mampu menghadapi kehidupan saat ini maupun masa depan yang semakin kompleks.

Dalam penelitian Siskawati dan Ningtyas (2022) istilah literasi keuangan (*financial literacy*) banyak ditemukan dan mempunyai definisi menurut beberapa ahli sebagai berikut : Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan (Sudiro & Asandimitra, 2022). Menurut Yulita (2022) Literasi keuangan dapat di definisikan dalam arti luas maupun sempit, definisi secara luas dari literasi keuangan yaitu mengadopsi pemahaman ekonomi dan bagaimana keadaan ekonomi dan mempengaruhi keputusan rumah tangga. Ditambah dengan adanya kemudahan belanja online menawarkan cara baru bagi para remaja dalam membeli barang, sehingga mereka cenderung lebih konsumtif dan lebih mudah melakukan transaksi. Menggunakan internet sebagai sarana bisnis disebut *E-Commerce*. Aktivitas bisnis yang dilakukan secara online ini dapat mencakup hal-hal seperti pemasaran, promosi, hubungan masyarakat, transaksi, pembayaran, dan jadwal pengiriman barang. Selain itu, karena perkembangan teknologi *E-commerce* itu sendiri, sangat mungkin bahwa kegiatan bisnis online akan terus berkembang.

Hal ini juga terjadi pada mahasiswa yang ada di Lampung. Provinsi Lampung sendiri menjadi provinsi dengan penggunaan internet paling banyak nomor 2 di pulau Sumatera (Jayani, 2019). Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Lampung yang terletak di Kota Bandar Lampung. Universitas ini tercatat sebagai PTN yang menerima mahasiswa baru terbanyak ke-4 se-Indonesia pada tahun ajaran 2023/2024 (Sardio & Octavio, 2023). Selain itu, kota ini diapit dengan berbagai pusat berlanja dan kota ini juga terkenal dengan banyaknya destinasi liburan sehingga mahasiswanya memiliki potensi berperilaku konsumtif secara berlebihan.

Beberapa waktu lalu, peneliti melakukan sebuah penelitian dengan membagikan sebuah kuisisioner singkat kepada beberapa mahasiswa aktif Jurusan Akuntansi Universitas Lampung terkait dengan seberapa sering mereka menggunakan *E-commerce* untuk mencukupi gaya hidup mereka dan apakah apakah mereka memahami pengetahuan akan pentingnya literasi keuangan karena pembelajaran pada jurusan Akuntansi sendiri membidangi ilmu ekonomi, dimana mahasiswa jurusan ini tentunya telah mempelajari pengetahuan akan literasi keuangan dan tahu bagaimana cara mengelola keuangan dengan baik dan membuat keputusan keuangan yang bijak. Baik literasi keuangan maupun jurusan akuntansi berfokus pada pemahaman tentang aspek keuangan, seperti pengelolaan uang, investasi, perencanaan keuangan, laporan keuangan, dan analisis keuangan. Keduanya menekankan pentingnya mengelola keuangan secara bijaksana, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Literasi keuangan membantu individu memahami cara mengatur keuangan pribadi mereka, sementara jurusan akuntansi membekali

mahasiswa dengan pengetahuan tentang bagaimana mengelola keuangan perusahaan dan organisasi.

Literasi keuangan dan jurusan akuntansi memiliki beberapa persamaan karena keduanya berkaitan erat dengan pemahaman dan pengelolaan keuangan. Di dalam jurusan akuntansi, mahasiswa belajar tentang bagaimana menyusun dan menganalisis laporan keuangan, yang menjadi alat penting dalam pengambilan keputusan keuangan. Demikian pula, literasi keuangan mengajarkan individu bagaimana membaca dan memahami laporan keuangan untuk mengambil keputusan keuangan yang cerdas. Literasi keuangan pada perilaku konsumtif dan jurusan akuntansi memahami pentingnya mengetahui sumber daya keuangan yang tersedia dan mengarahkan pengeluaran sesuai dengan kebutuhan dan prioritas. Keduanya menekankan pentingnya menyusun anggaran untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran agar dapat mencapai keseimbangan keuangan. Akuntansi merupakan tulang punggung transparansi dan keakuratan dalam menyajikan data keuangan, sedangkan literasi keuangan mengajarkan pentingnya menghindari praktik keuangan yang meragukan dan memastikan informasi keuangan yang digunakan adalah akurat. Baik literasi keuangan pada perilaku konsumtif maupun jurusan akuntansi memahami pentingnya investasi dan manajemen risiko dalam mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Dengan demikian, mereka tidak akan mengalami masalah keuangan. Lalu didapatkan hasil dari kuisioner tersebut sebagai berikut:

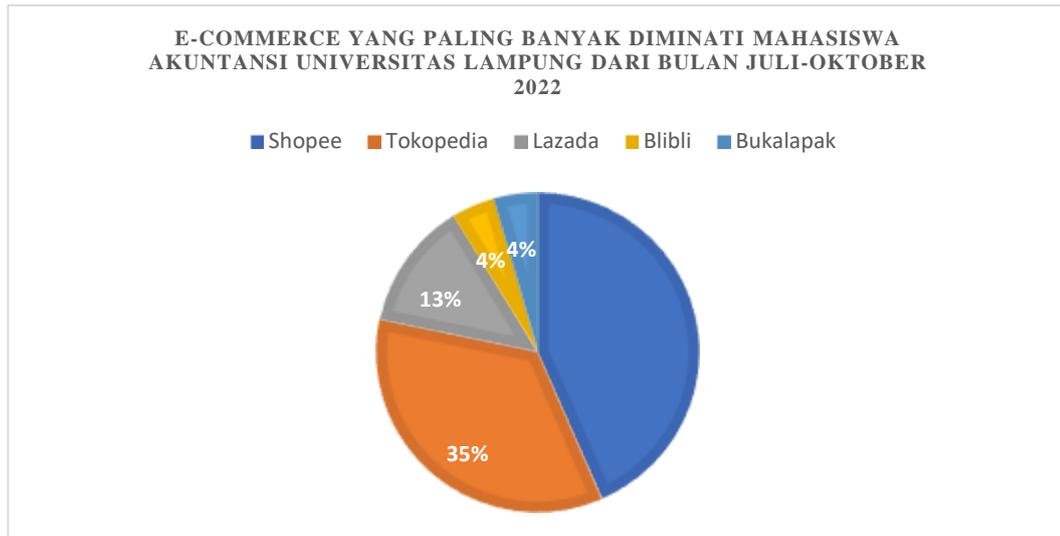
Tabel 1.1 Hasil Kuisisioner Mahasiswa Akuntansi Universitas Lampung

<b>Inisial</b>	<b>Bulan</b>	<b>Frekuensi Aktivitas <i>E-commerce</i> (&gt; dari 3x)</b>	<b>Rata-Rata Pengeluaran/bln</b>
AN	Juli	Ya	Rp. 1.500.000
	Agustus	Ya	Rp. 1.500.000
	September	Tidak	Rp. 1.000.000
YNS	Juli	Ya	Rp. 2.000.000
	Agustus	Tidak	Rp. 2.000.000
	September	Tidak	Rp. 2.000.000
BR	Juli	Ya	Rp. 2.000.000
	Agustus	Ya	Rp. 2.200.000
	September	Tidak	Rp. 2.000.000
ARR	Juli	Tidak	Rp. 2.000.000
	Agustus	Ya	Rp. 3.100.000
	September	Ya	Rp. 12.000.000
NAD	Juli	Ya	Rp. 3.500.000
	Agustus	Ya	Rp. 3.500.000
	September	Ya	Rp. 3.500.000
AM	Juli	Tidak	Rp. 1.500.000
	Agustus	Tidak	Rp. 1.500.000
	September	Ya	Rp. 1.750.000
PRS	Juli	Ya	Rp. 2.000.000
	Agustus	Ya	Rp. 2.500.000

	september	Ya	Rp. 2.800.000
TS	Juli	Ya	Rp. 1.500.000
	Agustus	Ya	Rp. 2.500.000
	September	Ya	Rp. 2.000.000
DN	Juli	Ya	Rp. 1.500.000
	Agustus	Ya	Rp. 2.000.000
	September	Ya	Rp. 2.000.000
SB	Juli	Tidak	Rp. 1.000.000
	Agustus	Ya	Rp. 2.500.000
	September	Ya	Rp. 2.300.000

*Hasil Observasi Mahasiswa Akuntansi Unila 2022*

Setelah melihat tabel 1.1, maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa tersebut mengalami kenaikan pengeluaran perbulan. Hal ini terjadi karena frekuensi aktifitas *E-commerce* mereka perbulan lebih dari 3 kali saat riset dilakukan. Selain itu, dengan adanya internet dan toko online saat ini, maka berbelanja secara online membuat orang tidak perlu keluar dari rumah untuk mencari barang yang mereka inginkan. Lalu peneliti juga mendapatkan data penggunaan *E-commerce* yang paling sering digunakan dikalangan mahasiswa, hasil data tersebut dalam bentuk diagram sebagai berikut:



***Gambar 1. 1 Persentase Responden Mahasiswa Berdasarkan Jenis Platform E-Commerce***

Fenomena aktifitas *E-commerce* di kalangan responden menunjukkan bahwa shopee merupakan *E-commerce* yang paling banyak diminati dan dibuka oleh mahasiswa Akuntansi Universitas Lampung. Salah satu mahasiswa Universitas Lampung jurusan Akuntansi 2019 yang bernama Sinta Belani mengatakan bahwa dengan adanya *E-commerce* menawarkan banyak sekali penawaran yang menarik dan semuanya dapat dilakukan secara praktis.

Berdasarkan data yang penulis peroleh diatas, penulis mendapatkan gejala-gejala sebagai berikut:

1. Banyak mahasiswa akuntansi yang membelanjakan uangnya bukan untuk kepentingan kuliah tapi untuk keperluan gaya hidup.
2. Banyak mahasiswa akuntansi yang membeli barang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan.

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai sifat konsumtif dimana ada saatnya kita tidak dapat mengontrol rasa ingin membeli sesuatu tanpa memikirkan

kegunaannya. Apalagi ditambah dengan banyaknya *platform E-commerce* yang saat ini menawarkan begitu banyak keuntungan apabila kita membeli barang tersebut, seperti *discount* atau *cashback* uang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Universitas Lampung”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Lampung.
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Lampung.
3. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Lampung.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **a Tujuan Umum**

Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Lampung.

### **b Tujuan Khusus**

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Lampung.
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Lampung.
3. Menganalisis pengaruh *E-commerce* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Lampung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang literasi keuangan, gaya hidup, dan *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

##### **b. Manfaat Praktis**

1. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa literasi keuangan sangat penting saat melakukan aktivitas berbelanja, baik secara *online* maupun langsung serta dapat memberikan gambaran atau referensi kepada peneliti selanjutnya yang akan membuat penelitian dengan variabel yang relevan.

2. Bagi Dosen

Diharapkan lebih memberikan motivasi kepada mahasiswa agar lebih kreatif lagi dalam bertindak dengan tepat.

### 3. Bagi Sekolah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif sebagai dalam memanfaatkan prinsip ekonomi yang rasional dalam berkonsumsi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 *Financial Management Behavior***

*Financial management behavior* menurut Suryanto (2017) merupakan suatu cara yang dilakukan setiap orang untuk memperlakukan, mengelola, dan menggunakan sumber keuangan yang dimilikinya. Dalam ilmu keuangan, teori "*Financial Management Behavior*" menjelaskan pola pengambilan keputusan yang rasional dan teratur tentang pengelolaan keuangan dan perilaku seseorang dalam mengatur keuangannya. Perilaku ini mencakup pencarian dan penyimpanan dana sehari-hari serta bagaimana mereka merencanakan, melakukan pemeriksaan, menganggarkan, dan mengelola keuangannya..

Seseorang yang memiliki tanggung jawab pada perilaku keuangannya akan menggunakan uang secara efektif dengan melakukan penganggaran, menyimpan uang dan mengontrol pengeluaran, melakukan investasi, dan membayar hutang tepat waktu. Munculnya *Financial Management Behavior*, merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh. Tujuan utama dari pengelolaan keuangan perilaku adalah untuk mengelola keuangan individu agar mereka dapat memenuhi

kebutuhan hidupnya. Menurut Uri (2011) ada empat komponen yang dapat digunakan untuk menentukan *financial management behavior* seseorang ialah:

1. *Consumption* adalah pengeluaran yang dilakukan untuk berbagai barang dan jasa yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari.
2. *Cash flow management* dapat diukur berdasarkan waktu pembayaran tagihan orang tersebut, penganggaran dan perencanaan keuangan mereka.
3. *Saving and investment* tabungan adalah sebagian dari pendapatan yang disimpan selama suatu waktu untuk kemungkinan hal-hal buruk yang mungkin terjadi di masa depan. Kemudian, investasi adalah menanamkan sebagian dari pendapatan untuk menghasilkan return yang lebih besar di masa mendatang.
4. *Credit management* adalah bagaimana seseorang menjadikan utang berguna dan agar tidak mengalami kebangkrutan atau memanfaatkannya untuk meningkatkan keuangannya.

Berdasarkan komponen diatas, maka dapat diketahui bahwa dalam perilaku pengelolaan keuangan seseorang hanya terdiri atas beberapa tindakan. Tindakan yang dilakukan seseorang tersebut dapat menggambarkan bagaimana kondisi keuangan yang dialami, seperti halnya tabungan, seseorang yang menabung berarti mereka yang memiliki ketakutan akan suatu hal yang terjadi dimasa mendatang, namun dengan seseorang menabung bisa juga dilakukan karena kebutuhan yang diperlukan sudah terpenuhi dan masih ada sisa keuangan yang dimiliki. Selanjutnya, pemberian skor dari item pernyataan variabel *Financial Management Behavior* menggunakan skala *likert* dengan range 1-5 untuk menghindari responden terlalu sering memilih jawaban netral, skor 1 diberikan untuk pilihan jawaban

sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban setuju, skor 3 untuk jawaban kurang setuju, skor 4 untuk jawaban setuju, dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju

### **2.1.2 Literasi Keuangan**

#### **a Pengertian Literasi Keuangan**

Definisi literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan ini tidak hanya tentang fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan), kesulitan keuangan juga bisa terjadi apabila terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*miss management*) seperti kesalahan penggunaan kartu kredit serta tidak adanya perencanaan keuangan yang dimiliki oleh setiap individu. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stress dan rendahnya kepercayaan diri. Tujuan dari literasi keuangan adalah memberikan individu keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang bijak, mengelola risiko keuangan, dan mencapai tujuan keuangan jangka pendek dan jangka panjang.

Salah satu kecerdasan yang harus dimiliki oleh manusia modern adalah kecerdasan finansial, yaitu kecerdasan dalam mengelola asset keuangan pribadi. Pengelolaan keuangan yang baik harus didukung oleh literasi keuangan yang baik. Literasi keuangan juga berpengaruh kepada perilaku keuangan yang positif. Dengan menerapkan cara pengelolaan keuangan yang benar, maka seseorang diharapkan bisa mendapatkan manfaat yang maksimal dari uang yang dimilikinya (Margaretha & May Sari, 2015). Hal tersebut berlaku untuk setiap tingkat pendapatan, karena

berapapun tingginya tingkat pendapatan tanpa pengelolaan yang tepat maka keamanan finansial sulit dicapai. Dalam kehidupan pribadi seseorang pada dasarnya sebuah keputusan keuangan yang diambil ada tiga : (1) berapa jumlah yang harus dikonsumsi tiap periode; (2) apakah ada kelebihan penghasilan dan bagaimana kelebihan tersebut diinvestasikan; (3) bagaimana mendanai konsumsi dan investasi tersebut.

#### b Pengukuran Literasi Keuangan

Literasi keuangan memiliki banyak aspek yang harus diukur. Indikator literasi keuangan menurut Chen & Volpe dalam penelitian Hidayat (2020), literasi keuangan terbagi atas 4 indikator yaitu:

1. Manajemen keuangan Pribadi (*General Personal Finance*), yaitu kemampuan dasar seorang individu tentang keuangan pribadi yang akan dicapai dan dikeluarkan nantinya karena tiap individu memiliki kebutuhanyang beragam. Tujuannya adalah untuk mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan utang dengan bijaksana guna mencapai stabilitas keuangan, merencanakan masa depan, dan menghindari kesulitan finansial. Pengetahuan mengenai manajemen keuangan dapat diperoleh dengan cara mengikuti beberapa pembelajaran mengenai manajemen keuangan sejak dini ataupun memperoleh informasi dari sumber terpercaya mengenai manajemen keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat pengetahuan mengenai manajemen keuangan dapat dilihat dari banyaknya generasi muda terutama mahasiswa yang telah mengetahui bahkan menggunakan produkproduk keuangan baik itu produk perbankan, asuransi, maupun investasi dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu dapat diasumsikan jika mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, namun meskipun begitu tidak

semua individu memiliki kemampuan manajemen keuangan pribadi yang baik. Maka dari itu dapat diasumsikan jika mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, namun meskipun begitu tidak semua individu memiliki kemampuan manajemen keuangan pribadi yang baik. Kebiasaan-kebiasaan itulah yang tanpa disadari menjadi faktor penyebab membengkaknya pengeluaran bulanan mahasiswa (Dewi et al., 2021). Seseorang dapat dikatakan memiliki manajemen keuangan pribadi yang apabila seseorang tersebut mampu mengelola anggaran, menghemat uang, mengontrol keuangan, dan berinvestasi. Komponen pengelolaan keuangan yang baik ada lima, yaitu (1) mengontrol keuangan, (2) membayar tagihan tepat waktu, (3) merencanakan keuangan untuk masa depan, (4) menabung, dan (5) dapat mencukupi kebutuhan diri sendiri (Chairil et al., 2020).

2. Tabungan dan pinjaman yaitu kemampuan individu dalam memahami hal yang berhubungan dengan tabungan dan pinjaman melalui lembaga keuangan yang akan digunakan dikemudian hari. Tabungan dapat berbentuk uang tunai, deposito, investasi, atau aset lain yang dapat dikelola dengan tujuan membangun keamanan finansial dan mengantisipasi kebutuhan di masa depan. Tabungan memiliki peran yang penting dalam literasi keuangan. Sedangkan pinjaman adalah jumlah uang yang dipinjam dari pihak lain, seperti bank, lembaga keuangan, atau individu, yang harus dikembalikan dengan jumlah tertentu dalam jangka waktu yang ditentukan. Pinjaman biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan keuangan yang lebih besar, seperti membeli rumah, mobil, atau mendanai pendidikan. Ada berbagai jenis pinjaman, termasuk pinjaman pribadi, pinjaman hipotek, dan pinjaman bisnis. Penting untuk memahami persyaratan, suku bunga, dan konsekuensi pinjaman sebelum seseorang mengambalnya, serta memiliki rencana pengembalian yang

terstruktur. Memahami tabungan dan pinjaman adalah bagian integral dari literasi keuangan, karena keduanya saling berkaitan dalam strategi pengelolaan keuangan. Menurut Sudirja dan Arwa (2023) ada beberapa manfaat tabungan dalam literasi keuangan, yaitu:

1. Pengembangan Kebiasaan Menyimpan

Tabungan membantu mengembangkan kebiasaan menyimpan uang secara rutin. Ini adalah langkah penting dalam literasi keuangan, karena mengajarkan pentingnya mengalokasikan sebagian dari pendapatan untuk keperluan masa depan, seperti dana darurat, investasi, atau tujuan jangka panjang.

2. Pemahaman tentang Bunga dan Pertumbuhan Keuangan

Dengan menyimpan uang dalam tabungan, individu dapat belajar tentang konsep bunga dan pertumbuhan keuangan. Seseorang dapat melihat bagaimana bunga diberikan pada tabungan mereka dan bagaimana jumlah uang bertambah dari waktu ke waktu. Hal ini membantu untuk memahami manfaat dari investasi dan bagaimana uang dapat tumbuh seiring berjalannya waktu.

3. Pengelolaan Risiko dan Dana Darurat

Literasi keuangan melibatkan pemahaman tentang pengelolaan risiko dan pentingnya memiliki dana darurat. Tabungan berperan sebagai dana darurat yang dapat digunakan dalam situasi tak terduga, seperti kehilangan pekerjaan, perawatan medis mendadak, atau kerusakan properti. Memiliki tabungan yang cukup membantu individu mengatasi situasi darurat tanpa harus bergantung pada utang.

4. Pemahaman tentang Produk Keuangan Lainnya

Melalui pengalaman tabungan, individu dapat mulai memahami lebih banyak tentang produk keuangan lainnya, seperti rekening investasi, deposito, atau saham. Seseorang dapat memahami perbedaan antara produk-produk ini, risiko yang terlibat, dan potensi keuntungan.

5. Pengendalian Pengeluaran dan Anggaran: Tabungan juga membantu individu memahami pentingnya pengendalian pengeluaran dan penyusunan anggaran. Dengan menyimpan sebagian dari pendapatan mereka, mereka belajar bagaimana mengalokasikan sumber daya secara bijak dan menghindari pengeluaran berlebihan.

Secara keseluruhan, tabungan berperan penting dalam membangun dasar literasi keuangan yang kuat. Dengan memahami konsep dasar seperti menyimpan, pertumbuhan keuangan, risiko, dan pengelolaan dana, individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijak dan mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih baik. Sedangkan Hubungan antara tabungan dan pinjaman menurut (Mukmin et al., 2021), yaitu:

- 1 Tabungan membantu menghindari utang berlebihan

Dengan memiliki tabungan yang cukup, seseorang dapat mengurangi kebutuhan untuk meminjam uang ketika menghadapi keperluan mendesak atau perencanaan keuangan yang lebih besar.

- 2 Pinjaman yang bijaksana memanfaatkan peluang

Literasi keuangan yang baik membantu seseorang untuk memahami jenis-jenis pinjaman, suku bunga, dan biaya terkait. Hal ini membantu memilih pinjaman

yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas pembayaran Anda tanpa membahayakan stabilitas keuangan.

### 3 Perencanaan tabungan untuk membayar pinjaman

Apabila seseorang memiliki pinjaman, memiliki rencana tabungan yang terstruktur dapat membantu membayar cicilan dengan lancar dan menghindari keterlambatan pembayaran.

### 4 Pemahaman risiko dan manfaat

Literasi keuangan membantu untuk memahami risiko dan manfaat dari kedua konsep ini. Seseorang dapat mengevaluasi apakah mengambil pinjaman akan memberikan manfaat yang lebih besar daripada biayanya, serta bagaimana tabungan dapat membantu mencapai tujuan keuangan.

3. Asuransi yaitu bentuk usaha dalam mengantisipasi masalah yang akan terjadi kemudian hari dan kerugian yang akan ditanggung dimasa yang akan datang. Hal ini berkaitan dengan pemahaman produk asuransi dari berbagai lembaga yang ada misalnya asuransi pendidikan dan asuransi kesehatan. Asuransi memiliki peran yang signifikan dalam literasi keuangan karena dapat membantu melindungi individu dan keluarga dari risiko keuangan yang tidak terduga, seperti kematian, cacat, kecelakaan, penyakit serius, atau kerugian harta benda. Dengan memahami konsep asuransi, seseorang dapat membuat keputusan yang lebih bijak terkait perlindungan keuangan. Menurut Wahono & Pwee Leng (2022) terdapat beberapa konsep penting tentang asuransi dalam literasi keuangan meliputi:

1 Premi yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pemegang polis kepada perusahaan asuransi untuk mendapatkan perlindungan asuransi. Premi ini bisa

dibayarkan secara bulanan, tahunan, atau sesuai dengan ketentuan yang disepakati.

## 2 Risiko dan Penilaian Risiko

Asuransi melibatkan penilaian risiko oleh perusahaan asuransi terhadap kemungkinan terjadinya suatu kejadian yang akan mengakibatkan kerugian finansial. Semakin tinggi risiko, semakin tinggi premi yang harus dibayarkan.

## 3 Jenis Asuransi

Ada berbagai jenis asuransi, termasuk asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kendaraan bermotor, asuransi properti, dan lain sebagainya. Pemahaman tentang jenis-jenis asuransi ini membantu seseorang memilih perlindungan yang sesuai dengan kebutuhan dan situasinya.

## 4 Klaim Asuransi

Proses mengajukan klaim dan mendapatkan manfaat asuransi jika terjadi kejadian yang dilindungi oleh polis.

## 5 Perencanaan Keuangan

Dalam literasi keuangan, asuransi juga menjadi bagian dari perencanaan keuangan yang lebih luas. Ini melibatkan penilaian kebutuhan asuransi berdasarkan situasi keuangan, tanggung jawab, dan tujuan jangka panjang seseorang.

Memahami asuransi dalam konteks literasi keuangan membantu seseorang membuat keputusan yang cerdas tentang bagaimana melindungi diri dan keluarga

dari risiko finansial yang tidak terduga. Penting bagi seseorang untuk mempelajari dan merencanakan asuransi dengan bijak sebagai bagian dari strategi keuangan.

4. Investasi yaitu pengalokasian keuangan, menyusun tambahan penghasilan yang dihubungkan dengan mendapatkan manfaat yang melebihi dari investasi yang akan datang. Hal ini berkaitan dengan pemahaman dan kemampuan dasar mengenai suku bunga, risiko dalam berinvestasi, pasar modal, ataupun deposito. Contohnya seperti investasi rumah, saham, emas, dan sebagainya. Menurut (Manurung et al., 2018) terdapat beberapa alasan mengapa investasi dalam literasi keuangan penting:

#### 1 Pemahaman tentang Investasi

Literasi keuangan membantu seseorang memahami berbagai jenis investasi yang tersedia, seperti saham, obligasi, reksa dana, properti, dan lain-lain. Dengan pemahaman yang baik tentang investasi, hal ini dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dalam memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan.

#### 2 Pengenalan terhadap Instrumen Keuangan

Dengan literasi keuangan, seseorang akan memahami istilah-istilah seperti saham, obligasi, reksa dana, dan aset lainnya sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang lebih terinformasi.

#### 3 Pengambilan Keputusan yang Informasi

Literasi keuangan membekali individu dengan keterampilan untuk menganalisis informasi finansial, mengevaluasi risiko, dan memahami potensi imbal hasil dari investasi. Ini membantu seseorang membuat keputusan

investasi yang lebih terinformasi dan berpotensi menghindari keputusan impulsif atau berdasarkan rekomendasi yang kurang kredibel.

#### 4 Memahami Pasar Keuangan

Literasi keuangan membantu untuk memahami dinamika pasar keuangan, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham, obligasi, dan aset lainnya. Pengetahuan ini dapat membantu untuk mengambil keputusan investasi yang lebih cerdas dan merespons perubahan pasar dengan lebih baik.

Oleh karena itu, pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Tidak hanya orang dengan penghasilan rendah atau pendidikan tinggi yang akan menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan, setiap orang yang tidak tahu cara mengelola uang dengan baik akan menghadapi masalah ini. Akan ada banyak masalah keuangan yang akan dihadapi, seperti penyalahgunaan kredit, pengeluaran yang berlebihan setiap hari, atau tidak memiliki rencana pengeluaran yang baik. Hal ini membuktikan bahwa sangat penting untuk memahami dan menggunakan literasi keuangan untuk membantu Anda menjadi lebih baik secara finansial..

### **2.1.3 Gaya Hidup**

#### a Pengertian Gaya Hidup

Menurut Putri et al. (2019) gaya hidup adalah kegiatan ekonomi yang menjadi sasaran karena mencerminkan aktivitas, minat, dan opini terhadap produk barang atau jasa serta dapat mencerminkan pengelolaan keuangan atas waktu yang individu miliki. Sedangkan menurut Sufatmi dan Purwanto (2021) gaya hidup adalah cara yang digunakan oleh seseorang untuk mengisi waktu dengan

melakukan kegiatan yang mereka anggap penting dalam lingkungan hidupnya. Selain itu gaya hidup juga berkaitan dengan tujuan dan ideologi yang seseorang pegang. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah kegiatan dan upaya yang tercermin ketika seseorang melakukan suatu hal.

#### b Kategori Gaya Hidup

Simamora (2000) mengategorikan gaya hidup menjadi dua bagian:

1. Gaya hidup normatif (*normative life style*) menggambarkan pengharapan cultural tersebut dibebankan kepada individu oleh masyarakat mereka dan merujuk pada sistem nilai ekonomi dan konsumen sebuah masyarakat. Sistem nilai ini terdiri atas pengaruh sistem gabungan dari agama suatu masyarakat dan sikapnya terhadap pembangunan ekonomi, hukum dan sebagainya.
2. Gaya hidup pribadi (*personal life style*) merujuk kepada keyakinan individu tentang aktivitas konsumen individu di dalam kultur atau sub 4 kultur mereka. Hal-hal seperti perilaku berbelanja, kesadaran harga dan keterlibatan keluarga dan proses pembelian terwujud akibat dari gaya hidup pribadi, sikap psikologis pengalaman situasi sosial dan ekonomi yang spesifik, lingkungan fisik dan yang lainnya.

#### c Pengukuran Gaya Hidup

Menurut Madichie (2016), gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang, untuk memahami kekuatan-kekuatan ini maka kita harus mengukur 3 dimensi dari gaya hidup tersebut yaitu aktivitas (*Activity*), Minat (*Interest*), Opini (*Opinion*):

1. Aktivitas (*Ativity*),

Aktivitas adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Aktivitas adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Aktivitas bisa berupa tindakan fisik, proses mental, atau kombinasi keduanya. Aktivitas dapat berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan, seperti pekerjaan, pendidikan, rekreasi, dan berbagai kegiatan sehari-hari lainnya. Dalam konteks tertentu, aktivitas juga dapat merujuk pada kegiatan fisik atau olahraga yang melibatkan gerakan tubuh. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung, adapun indikator dari aktivitas adalah

- a. Pekerjaan
- b. Hobi
- c. Belanja
- d. Olahraga
- e. Kegiatan Sosial

## 2. Minat (*Interest*)

Minat adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perasaan positif atau ketertarikan yang kuat terhadap sesuatu. Ini dapat merujuk pada kecenderungan seseorang untuk tertarik, merasa senang, dan bersemangat terhadap suatu subjek, kegiatan, atau hal tertentu. Minat dapat berkembang dari berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, ketertarikan alami, pengaruh lingkungan, dan banyak lagi. Minat dapat beragam dan melibatkan berbagai bidang seperti seni, musik, olahraga, ilmu pengetahuan, hobi, karier, dan banyak lagi. Penting untuk mengembangkan minat yang sehat dan positif dalam hidup, karena minat dapat memberikan

kepuasan pribadi, meningkatkan motivasi, dan membantu seseorang merasa terhubung dengan dunia di sekitarnya. Adapun indikator dari minat adalah

- a. Makanan
- b. Mode
- c. Keluarga
- d. Rekreasi.

### 3. Pendapat (*Opinion*)

Pendapat adalah pandangan atau ungkapan perasaan dalam menanggapi isu-isu global, lokal orat Ekonomi dan sosial. Pendapat dibentuk berdasarkan pengalaman, pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan, dan pandangan pribadi seseorang. Pendapat tidak selalu harus didukung oleh fakta atau bukti konkret, tetapi dapat mencerminkan cara seseorang memahami dan merespons dunia di sekitarnya. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi. Adapun indikator dari pendapat adalah:

- a. Mengenai diri mereka sendiri
- b. Masalah-masalah sosial
- c. Bisnis
- d. Kualitas Produk

#### **2.1.4 *E-commerce***

##### a. Pengertian *E-commerce*

Menurut Garini dan Fasa (2022) *E-commerce* merupakan bagian dari *e-bussines* dimana menggunakan teknologi basis data (database), surat elektronik (email) dan

bentuk teknologi non komputerisasi lainnya. Semakin banyak pesaing bermunculan dan menuntut untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang menuntut untuk selalu kreatif apalagi di era covid 19 saat ini. *E-commerce* merupakan suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. *E-commerce* mengacu pada proses pembelian dan penjualan produk dan layanan melalui internet atau platform digital lainnya. Ini melibatkan berbagai kegiatan bisnis seperti pemasaran, penjualan, pembayaran, pengiriman, dan layanan pelanggan, yang semuanya dilakukan secara online. Maka bisa disimpulkan bahwa *E-commerce* adalah lapak kegiatan dalam bidang jual beli dengan memanfaatkan internet. Dalam konteks akuntansi, e-commerce memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana transaksi keuangan dicatat, dilaporkan, dan dianalisis. Beberapa aspek e-commerce dalam akuntansi menurut Lovita & Febyana (2021), yaitu:

#### 1 Pencatatan Transaksi

E-commerce memungkinkan transaksi dilakukan secara elektronik, termasuk pembelian, penjualan, dan pembayaran. Transaksi ini harus dicatat dengan akurat dalam sistem akuntansi. Penggunaan sistem akuntansi berbasis komputer atau perangkat lunak akuntansi membantu mengotomatisasi proses pencatatan ini.

#### 2 Pengenalan Metode Pembayaran Elektronik

E-commerce melibatkan berbagai metode pembayaran elektronik, seperti kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan lain-lain. Setiap metode pembayaran

ini memiliki implikasi akuntansi yang berbeda, seperti pemrosesan biaya transaksi, rekonsiliasi pembayaran, dan penerimaan kas.

### 3 Pemrosesan Pengembalian

Dalam e-commerce, pengembalian barang atau jasa menjadi lebih kompleks dibandingkan dengan penjualan fisik langsung. Proses pemrosesan pengembalian harus dicatat dalam sistem akuntansi untuk menghindari masalah dalam menghitung pendapatan dan biaya.

### 4 Analisis Data

E-commerce menghasilkan data transaksi yang melimpah. Analisis data ini dapat memberikan wawasan berharga mengenai tren penjualan, preferensi pelanggan, dan kinerja produk. Analisis data ini dapat digunakan dalam pengambilan keputusan strategis.

### 5 Keamanan Data

Keamanan data dalam e-commerce sangat penting. Perlindungan terhadap informasi sensitif pelanggan, seperti rincian kartu kredit, harus diberikan prioritas. Ini juga mempengaruhi bagaimana data transaksi dicatat dan disimpan dalam sistem akuntansi.

Dalam keseluruhan, e-commerce memiliki dampak yang signifikan pada proses akuntansi. Penggunaan teknologi dan perangkat lunak akuntansi yang tepat membantu mengatasi tantangan yang terkait dengan e-commerce dan memastikan pencatatan akuntansi yang akurat, pelaporan keuangan yang tepat waktu, dan pematuhan yang baik terhadap peraturan dan regulasi.

#### b. Jenis-jenis *E-commerce*

Menurut Kenneth (2005) dalam Kasmi dan Adi (2017) *E-commerce* terdiri atas beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. *Business-To-Bussinnes (B2B)*

Kebanyakan *E-commerce* yang diterapkan saat ini merupakan tipe B2B. *E-commerce* tipe ini meliputi IOS serta transaksi antar organisasi yang dilakukan di electronic market..

2. *Business-To-Consumers (B2C)*

Merupakan transaksi eceran dengan pembeli perorangan.

3. *Consumer-to-consumer (C2C)*

Dalam kategori ini, seorang konsumen menjual secara langsung ke konsumen lainnya.

4. *Consumen to businnes (C2B)*

Termasuk kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau layanan ke oraganisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyepakati suatu transaksi.

5. *Non businnes E-Commerce*

Pada saat ini makin banyak lembaga non-bisnis seperti lembaga akademis, oraganisasi keagamaan, oraganisasi sosial, dan lembagalembaga pemerintahan yang menggunakan berbagai tipe *E-commerce* untuk mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan Publik.

### **2.1.5 Perilaku Konsumtif**

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Lubis et al. dalam Arum dan Khoirunnisa (2021) perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli secara berlebihan yang tidak berdasar pada pertimbangan rasional melainkan karena keinginan yang tidak rasional dan tanpa rencana. Sedangkan menurut Suyasa (2005) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang ketika membeli sesuatu yang secara sadar dilakukan dengan berlebihan dengan tidak mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan.

#### b. Faktor Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut (Suyasa, 2005):

##### 1. Iklan

Iklan adalah pesan dari sebuah produk melalui suatu media dengan tujuan agar bisa mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan pada akhirnya membeli produk yang ditawarkan

##### 2. Konformitas

Konformitas sering terjadi pada seseorang khususnya pada remaja putri. Hal ini disebabkan karena keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik.

##### 3. Gaya Hidup

Perilaku konsumtif juga dapat disebabkan oleh gaya hidup. Ketika seseorang membeli barang mewah dan bermerk, maka dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.

#### 4. Kartu Kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit sehingga penggunanya bisa menggunakan kartu kredit tanpa ada rasa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

#### c. Indikator Perilaku Konsumtif

Adapun Indikator Perilaku Konsumtif menurut Sumartono (2002) dalam Adiputra dan Moningka (2012), yaitu:

##### 1. Membeli produk karena penawaran khusus

Konsumen membeli suatu produk karena adanya penawaran khusus, seperti diskon atau *cashback* uang jika membeli barang tersebut.

##### 2. Membeli produk karena penampilannya yang menarik

Barang yang menarik akan sangat mudah dibeli oleh konsumen. Artinya motivasi ketika membeli produk tersebut dikarenakan penampilan barang yang menarik bukan karena barang itu penting.

##### 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Pada umumnya, setiap individu selalu ingin berpenampilan menarik. Hal ini dapat dilihat dari cara seseorang berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar mereka selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.

##### 4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Konsumen cenderung ingin terlihat berkehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah dan berkelas.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen memiliki kemampuan membeli baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut memberi kesan bahwa mereka berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Kebanyakan dari konsumen membeli barang yang diiklankan dan dipakai oleh tokoh yang diidolaknya.

7. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

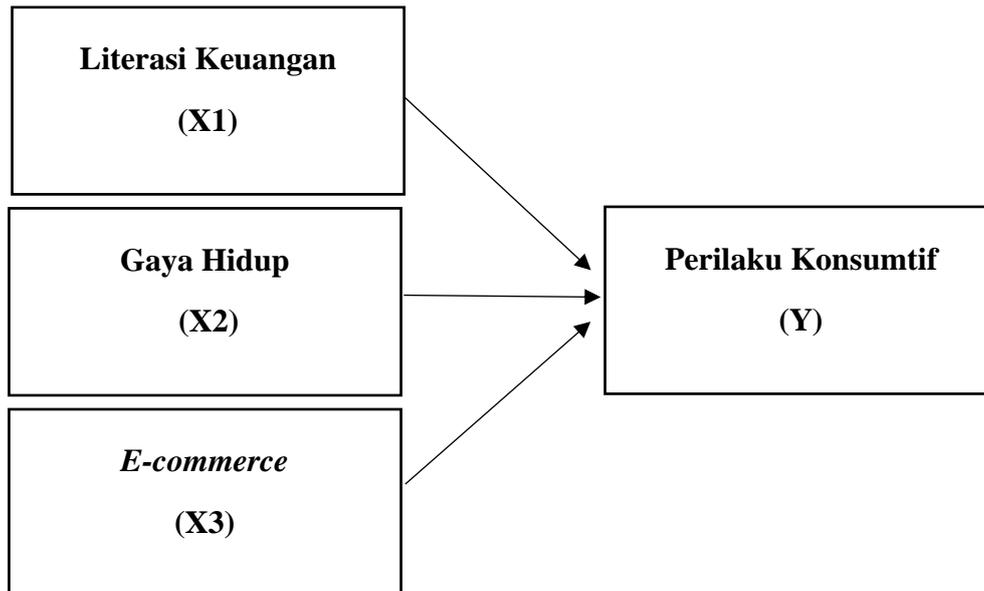
Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis.

Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama tetapi dengan merek yang lain dari produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

## **2.2 Kerangka Konseptual**

Sesuai dengan hasil penelusuran teori maupun penelusuran hasil penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut:



*Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran*

## 2.3 Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pendidikan literasi keuangan dapat diartikan sebagai sebuah pemahaman yang komprehensif serta mendalam tentang pendidikan literasi keuangan pengelolaan keuangan pribadi ataupun keluarga yang membuat seseorang mempunyai kuasa, pemahaman dan keyakinan penuh terhadap keputusan keuangan yang diambil. Literasi keuangan sebagai kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi tentang kondisi keuangan pribadi yang memengaruhi kesejahteraan materi. Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk memilah kebutuhan keuangan, membahas tentang permasalahan keuangan, merencanakan masa depan, dan menanggapi dengan bijak untuk peristiwa kehidupan yang memengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam perekonomian secara umum. Misi penting dari program literasi keuangan adalah untuk melakukan

edukasi dibidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas, sehingga rendahnya pengetahuan tentang industri keuangan dapat diatasi dan masyarakat tidak mudah tertipu pada produkproduk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka pendek tanpa mempertimbangkan risikonya.

Penelitian Dikria dan Willian (2016) tentang Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh antara literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berupa angket dan tes. Selanjutnya data diuji dengan Uji asumsi klasik, yaitu uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi hubungan antar variabel bebas. Barulah data dapat diuji Regresi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2013. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan semakin rasional dalam berkonsumsi, sehingga tingkat konsumtifnya rendah;
- 2) Terdapat pengaruh negatif antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2013. Mahasiswa yang dapat mengendalikan diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya;
- 3) Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan, pengendalian diri

terhadap perilaku konsumtif. Artinya, jika mahasiswa memiliki literasi keuangan dan pengendalian diri yang baik maka tingkat konsumtifnya rendah.

Lalu penelitian Sampoerno dan Asandimitra (2021) tentang Pengaruh *Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, Dan Risk Tolerance* terhadap *Financial Management Behavior* Pada Generasi Milenial. Penelitian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel *financial literacy, income,* dan *risk tolerance* terhadap *financial management behavior* para generasi milenial di Kota Surabaya. Penyebab hal ini adalah mayoritas responden masih mahasiswa dan keterbatasan penelitian yang belum bisa menambahkan variabel-variabel lain seperti niat, dan status sosial. Maka berdasarkan penjelasan diatas, **Hipotesis 1 (H1) dari penelitian ini, literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.**

#### **2.4.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

Gaya hidup merupakan sesuatu yang tidak akan dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat karena tanpa disadari pergaulan, lingkungan, serta kebiasaan orang yang ada disekitar kita akan sangat mempengaruhi gaya hidup kita. Selain kepribadian seseorang dan lingkungan yang ada disekitarnya faktor yang sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah penghasilan yang dimiliki seseorang. Gaya hidup yang cenderung konsumtif adalah pola hidup seseorang yang ditandai dengan kecenderungan mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta ditunjukkan dalam pembelian atau penggunaan produk mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik. Gaya hidup merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

Dalam penelitian Sudiro dan Asandimitra (2022) tentang Pengaruh *Financial Literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. Tujuan penelitian ini untuk mengujipengaruh dari komponen atau variabel independen yang terdiri dari financial literacy, uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif yang bertindak sebagai variabel dependen, dengan generasi milenial di Kota Surabaya sebagai objeknya. Metode penelitian ini menggunakan data primer dengan kuisisioner *online* yang disebarluaskan kepada masyarakat Kota Surabaya dengan 5 bagian wilayah yuridiksi yaitu bagian barat, bagian timur, bagian utara, bagian selatan, dan bagian pusat. Dalam pengambilan sampel digunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* dan kontrol diri terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Surabaya. Artinya, tingkat *financial literacy* dapat berimplikasi pada tingkat konsumtif individu. Implikasi ini menimbulkan kontrol diri yang dapat menjadikan generasi milenial mampu mengendalikan diri untuk tidak mudah tergiur dan dapat berfikir secara rasional. Di sisi lain, terdapat variabel uang elektronik, demografi, dan gaya hidup yang juga berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Surabaya. Fenomena ini menerangkan bahwa generasi milenial menyukai kegiatan konsumsi yang didasari oleh perkembangan zaman atau era teknologi, trend, dan mode yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat.

Selanjutnya, penelitian Sampoerno dan Asandimitra (2021) tentang Pengaruh *Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, Dan Risk Tolerance*

terhadap *Financial Management Behavior* Pada Generasi Milenial. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *hedonism lifestyle* dan *self control* terhadap variabel *financial management behavior* para generasi milenial di Kota Surabaya. Maka berdasarkan penjelasan diatas, **Hipotesis 2 (H2) dari penelitian ini, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.**

#### **2.4.3 Pengaruh *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Perkembangan *E-commerce* beberapa tahun belakangan berkembang secara pesat. Hal ini menjadikan *E-commerce* sebagai prospek bisnis besar dalam dunia perdagangan. Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet berpengaruh pada banyaknya masyarakat yang memanfaatkan *E-commerce* ini untuk menambah penghasilan, tetapi banyak juga mereka yang hanya sebagai konsumen. Namun dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, timbul pula kekhawatiran akan timbulnya perilaku konsumtif, terutama pada remaja.

Dalam penelitian Saputro (2021) tentang Pengaruh *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan bentuk penelitian studi hubungan sebagai metode yang sesuai dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) Penilaian mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak terhadap *E-commerce* bahwa secara keseluruhan masuk kedalam kategori “Sangat Tinggi” sebesar 81,11%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa

sudah mengetahui apa itu penjualan dengan sistem *E-commerce*. (2) Perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan menunjukkan bahwa keseluruhan masuk kedalam kategori “Tinggi” sebesar 66,51% Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa masuk dalam kategori tinggi. Dari hasil analisis yang sudah dijelaskan didapat hasil yaitu *E-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dalam penelitian Ainy (2020) tentang Pengaruh *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni menggunakan kuesioner, adapun Metode yang digunakan pada study ini yaitu metode kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel digunakan adalah Random sampling. Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. Maka berdasarkan penjelasan diatas, **Hipotesis 3 (H3) dari penelitian ini, *E-commerce* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada jurusan Akuntansi yang kuliah di Universitas Lampung.

**Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Akuntansi**

<b>Tahun Angkatan</b>				<b>Total</b>
<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	
96	154	174	227	651

Menurut Sugiyono (2010) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Sampel pada penelitian ini minimal 90 responden dari mahasiswa jurusan akuntansi. Adapun kriteria yang akan menjadi responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Lampung angkatan 2019,2020,2021,2022.
2. Mempunyai akun berbelanja *online*
3. Mempunyai tabungan dibank
4. Menggunakan *E-commerce* minimal 3-4 kali dalam sebulan.

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

#### Data Primer

Menurut Sugiyono (2010) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data melalui hasil pengisian kuesioner.

### 3.3 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan sumber penelitian menggunakan data primer kuisisioner *online* dengan pengukuran variabel yang menggunakan Skala *Likert* dan nantinya akan disebarluaskan kepada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Lampung angkatan 2019,2020,2021,2022.. Skala *Likert* sendiri berguna untuk mengukur respon seseorang terhadap suatu objek yang akan diteliti. Responden dapat menjawab pertanyaan atau pernyataan dengan memilih jawaban “sangat tidak sesuai” hingga “sangat sesuai”. Berikut contoh tabel jawaban yang nantinya akan diterima oleh responden menggunakan Skala *Likert*:

**Tabel 3.2 Skala *Likert* Literasi Keuangan**

Keterangan	Skor
------------	------

	(+)	(-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

**Tabel 3.3 Skala *Likert* Gaya Hidup**

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>	
	(+)	(-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

**Tabel 3.4 Skala *Likert* E-commerce**

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>	
	(+)	(-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4

Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
---------------------------	---	---

**Tabel 3.5 Skala Likert Perilaku Konsumtif**

Keterangan	Skor	
	(+)	(-)
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Adapun pengertian dari penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2010) merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Data yang terkumpul akan dikelola dan dianalisis dengan tujuan menjadi sebuah informasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square*.

### 3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2010) bahwa *instrument* penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dengan demikian, penggunaan *instrument* penelitian yaitu untuk mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun

sosial. Dalam penelitian ini *instrument* yang digunakan oleh peneliti adalah kuisioener. Kuisioener yang dibagikan tentang gaya hidup, kontrol diri, *E-commerce* dan perilaku konsumtif.

**Tabel 3.6 Kisi-Kisi *Instrument* Penelitian Variabel Literasi Keuangan**

No	Keterangan	Nomor Butir	Jumlah
1	Keuangan pribadi	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11 ,12	12
2	Tabungan	13,14,15,16,17	5
3	Pinjaman	18,19,20,21,22,23,24, 25,26,27	10
4	Asuransi	28, 29,30,31,32,33	6
5	Investasi	34,35,36,37,38,39*, 40*,41,42,43*,44,45	12
<b>Total</b>			<b>45</b>

\*) : Butir Pertanyaan Negative

**Tabel 3.7 Kisi-Kisi *Instrument* Penelitian Variabel Gaya Hidup**

No	Keterangan	Nomor Butir	Jumlah
----	------------	-------------	--------

1	Lebih banyak menghabiskan waktu dan uangnya (Aktivitas dan Minat)	2,13,11,5*,12*14*	6
2	Sebagian orang lebih suka menghabiskan waktunya dengan mencari hiburan atau suka berfoyafoya (Aktivitas dan Minat)	1,10,3*,7*	4
3	Cenderung mengikuti (Pendapat)	4,6*	2
4	Senang membeli atau memakai barang bermerek (Minat)	15,9,8*	3
<b>Total</b>			<b>15</b>

\*) : Butir Pertanyaan Negative

**Tabel 3.8 Kisi-Kisi Instrument Penelitian Variabel *E-commerce***

No	Keterangan	Nomor Butir	Jumlah
1	Manfaat <i>E-commerce</i>	1,2,3,4,5,6	6
2	Karakteristik <i>E-commerce</i>	7,8,9,10,11,12,13,14	8
<b>Total</b>			<b>14</b>

Tabel 3.9 Kisi-Kisi *Instrument* Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif

No	Keterangan	Nomor Butir	Jumlah
1	Membeli karena ingin mendapatkan hadiah	6, 15*	2
2	Membeli produk karena penampilannya menarik	8, 11*	2
3	Membeli untuk menjaga penampilan diri dari gengsi	1, 9	2
4	Membeli produk karena penawaran khusus	2, 12	2
5	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	4, 13*	2
6	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	5*, 14	2
7	Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	7*, 10	2

8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	3*, 16	2
<b>Total</b>			<b>16</b>

\*) : Butir Pertanyaan Negative

### 3.5 Operasional Variabel

Penelitian Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependen dan independen. Dimana yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y), sedangkan variabel independen adalah Gaya Hidup (X1), Kontrol Diri (X2), *E-commerce* (X3).

#### a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat Sugiyono (2010). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Literasi Keuangan sebagai X2

Literasi keuangan sebagai kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi tentang kondisi keuangan pribadi yang memengaruhi kesejahteraan materi.

##### 2. Gaya Hidup sebagai X2

Gaya Hidup adalah kegiatan dan upaya yang tercermin ketika seseorang melakukan suatu hal.

### 3. *E-commerce* sebagai X3

*E-commerce* adalah lapak kegiatan dalam bidang jual beli dengan memanfaatkan internet.

#### b. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010) . Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini, yaitu Perilaku Konsumtif (Y). Perilaku Konsumtif adalah tindakan seseorang ketika membeli sesuatu yang secara sadar dilakukan dengan berlebihan dengan tidak mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan.

### **3.6 Metode Analisis *Partial Least Square* (PLS)**

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square*. Menurut Ghazali (2006) bahwa *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mendasarkan pada asumsi data yang harus dengan skala pengukuran, distribusi data dan jumlah sampel tertentu atau dapat dikatakan bisa menggunakan jumlah sampel yang kecil. Tujuan dari penggunaan PLS adalah untuk memprediksi apakah terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Y serta dapat menjelaskan hubungannya secara teoritis diantara kedua variabel tersebut. PLS juga merupakan metode regresi yang dimana mampu digunakan untuk mengidentifikasi dari kombinasi variabel X sebagai

penjelas dan Variabel Y sebagai variabel respon. Ada 2 hal yang harus dilakukan dalam analisis *Partial Least Square* (PLS) yaitu model pengukuran *outer model* dan *model* pengukuran *inner model*.

### 3.6.1 Model Pengukuran *Outer Model*

*Outer model* yaitu spesifikasi hubungan antara variabel *laten* dengan indikatornya disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel *laten* yaitu literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup dengan indikator-indikator variabel bersifat reflektif. Pengujian dengan PLS dimulai dengan melakukan uji validitas, hal ini dilakukan untuk mengukur kemampuan instrumen penelitian. Ada tiga kriteria pada *outer model* atau *model* pengukuran pada uji validitas yaitu *discriminant validity*, *convergent validity* dan *average variance extracted*. Ukuran refleksi yaitu mengukur korelasi antar item dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 namun untuk penelitian awal nilai loading 0,50 sampai 0,60 sudah dianggap cukup (Ghozali & Latan, 2015). Nilai AVE setidaknya sebesar 0,5. Nilai ini menggambarkan validitas konvergen yang memadai yang mempunyai arti bahwa satu variabel *laten* mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya dalam rata-rata.

Langkah selanjutnya adalah uji reabilitas. Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Selanjutnya pertanyaan yang valid dari semua variabel tersebut dilakukan uji Reabilitas. Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kehandalan dari butir-butir pertanyaan yang valid(Ghozali,

2016). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *alpha cronbach's* dengan kriteria:

- a. Jika nilai *alpha cronbach's*  $> 0,60$  maka dikatakan reliabel.
- b. Jika nilai *alpha cronbach's*  $< 0,6$  maka dikatakan tidak reliabel.

### **3.6.2 Model Pengukuran *Inner Model***

*Inner model* merupakan *model structural* yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel *laten* atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. *Structural model (inner model)* menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel *laten* yang telah dibangun berdasarkan substansi teori. Pada uji structural model (*inner model*) menggunakan bantuan prosedur *Bootstrapping* dan *Blindfolding* dalam SMART PLS. Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk *laten*. Ada beberapa uji untuk model struktural yaitu seperti *R-Square* pada konstruk endogen (Sekaran & Bougie, 2016). Nilai *R-Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut (Chin, 1998), nilai *R square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah). *Effect Size (f-Square)*. Dilakukan untuk mengetahui kebaikan model, Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). *Goddness of fit* menggunakan  $Q^2$  menjadikan koefisien determinasi kepada semua variabel dependen menjadi dasar. Nilai rentang  $Q^2$  adalah  $0 < Q^2 < 1$ ,  $Q^2$  dapat dikatakan baik dengan nilai yang lebih cenderung mendekati angka 1 ( Supriyanto & Maharani, 2013:101).

### 3.7 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai *statistic*, maka untuk *alpha* 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak ketika t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  diterima jika nilai probabilitas  $< 0,05$  (Ghozali, 2016).

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) tidak memiliki pengaruh. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa akuntansi menerapkan ilmu literasi keuangan yang baik, sehingga dapat melakukan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan bukanlah variabel utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Pengaruh gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa memiliki gaya hidup yang cenderung mengarah ke perilaku konsumtif dengan sering menghabiskan waktu diluar untuk nongkrong atau berbelanja di mall.
3. Pengaruh *E-commerce* (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa lebih suka menggunakan *E-commerce* karena tidak perlu pergi untuk berbelanja langsung ke toko atau pasar, sehingga sangat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini pada subjek penelitian yang hanya mencakup mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Lampung, sehingga hasil penelitian ini akan kurang relevan apabila diterapkan pada mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas lain selain Universitas Lampung.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas populasi penelitian dengan mencakup wilayah geografis yang lebih luas, sehingga hasil penelitian dapat lebih mewakili variasi yang ada dalam populasi secara keseluruhan serta mengambil sampel dari lebih banyak kelompok responden untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

- 'Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Adiputra, R., & Moningka, C. (2012). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. *Psibernetika*, 5(2), 77–90.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. I. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee. *Character: Jurnal Penelitian* .... <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42541>
- Chairil, A., Niangsih, & Fransiska, F. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 67–98. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/a46/article/view/16329>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review* 7, 2.
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dewi, R., Aulianingrum, & Rochmawati. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Orang tua, dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa. *Pendidikan Ekonomi*, 15(2), 1–8. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.24894>
- Garini, M. P., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI ERA COVID 19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 99–110. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.122>
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Buku Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hidayat, S. (2020). Literasi Keuangan Untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(2), 130–133. <http://ejournal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/115>
- Jayani, D. H. (2019). *Survei APJII : Sumatra Utara Pengguna Internet Tebesar di Pulau Data Terkait Penetrasi Internet di Kalangan Remaja*. 1–7. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/survei-apjii-sumatra-utara-pengguna-internet-tebesar-di-pulau-sumatra>
- Kanserina, D. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 1, 1.
- Kasmi, & Adi Nurdian Candra. (2017). *PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS BUSINESS TO CONSUMERS UNTUK MENINGKATAN PENJUALAN PRODUK*. 15(2), 109–116.
- Lovita, E., & Febyana Susanty. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.437>
- Madichie, N. O. (2016). *Consumer Behavior : Buying , Having , and Being*. July. <https://doi.org/10.1108/00251740910960169>
- Manurung, H., Resi Bramani Y, Ricky Immanuel, & Darmanto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Intensi Berinvestasi Dengan Moderasi Self Regulatory Focus. *Indonesian Business Review*, 1(1), 51–60. <https://doi.org/10.21632/ibr.1.1.51-60>
- Margaretha, F., & May Sari, S. (2015). Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan Para Pengguna Kartu Kredit di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 16(2), 132–144. <https://doi.org/10.18196/jai.2015.0038.132-144>
- Meiryani. (2021a). Memahami inner model (model struktural). *Accounting Binus*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/>
- Meiryani. (2021b). *MEMAHAMI PREDICTIVE RELEVANCE (Q2) DALAM SMART PLS DALAM PENELITIAN ILMIAH*. Bina Nusantara University. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-predictive-relevance-q2-dalam-smart-pls-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Mukmin, M. N., Mustika Masnuneh, Warizal, & Ch, I. (2021). Pinjaman Online: Pengetahuan, Tabungan, Asuransi, dan Investasi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(2), 171–177. <https://ojs.unida.ac.id/JSH/article/view/4683/2827>
- Putri, N. A., Lestari, D., Bisnis, F., & Teknologi, I. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Muda di Jakarta*. 1(1), 31–42.
- Sampoerno, A. E., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh financial literacy, income, hedonism lifestyle, self-control, dan risk tolerance terhadap financial management behavior pada generasi milenial. In *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. [scholar.archive.org. https://scholar.archive.org/work/ji4ggjgw4fhprpp2bcyhs4dnau/access/wayba](https://scholar.archive.org/work/ji4ggjgw4fhprpp2bcyhs4dnau/access/wayba)

ck/https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/13862/pdf

- Saputro, L. A., Khosmas, F. Y., & Basri, M. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v10i1.44181>
- Sardio, B. I., & Octavio, P. (2023). *Universitas Lampung Jadi PTN Penerima Mahasiswa Baru Terbanyak ke-4 se-Indonesia*. Kumparan. <https://kumparan.com/lampunggeh/universitas-lampung-jadi-ptn-penerima-mahasiswa-baru-terbanyak-ke-4-se-indonesia-20eWIIMnG1h/full>
- Simamora, B. (2000). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). FINANCIAL LITERATURE, FINANCIAL TECHNOLOGY AND STUDENT FINANCIAL BEHAVIOR. ... : *Jurnal Ekonomi Dan* ... <http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika/article/view/1334>
- Sudirja, D., & Huriyah Arwa Salsabila. (2023). Faktor yang Memengaruhi Keputusan Menabung (Studi Kasus Mahasiswa UIN SMH Banten). *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 9(1), 63–78. <https://doi.org/10.32678/bs.v9i1.8107>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022a). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/16541>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022b). *Pengaruh financial literacy , uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial*. 10, 160–172.
- Sufatmi, N., & Purwanto, E. (2021). THE EFFECT OF FINANCIAL LITERATURE, LIFESTYLE, AND SELF-CONTROL ON CONSUMPTION BEHAVIOR ON ONLINE SHOPPING BY STATE .... In *Jurnal Ekonomi Balance*. scholar.archive.org. <https://scholar.archive.org/work/2ubidrbphbbw7flb5negamk5fu/access/wayback/https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb/article/download/6207/pdf>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suryanto. (2017). *STUDI FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR PADA MASYARAKAT SURABAYA*. VII(1), 11–20.
- Suyasa, P. T. Y. S. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. 7(2), 172–199.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 9(4), 271–279.

<https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>

Wahono, C., & Pwee Leng. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Risk Attitude Terhadap Kepemilikan Asuransi Jiwa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1), 17–35. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i1.5471.17-35>

Yulita, Y. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Pada Mahasiswa Fakultas ... repository.fe.unj.ac.id.* <http://repository.fe.unj.ac.id/10217/>