

PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY, GAYA HIDUP, TEMAN SEBAYA, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Anggun Tiara Anggraeni

Prodi Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta

angguntiara.2018@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money*, gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2019-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 168 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan *e-money* dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebesar 18,49%. Sementara, teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebesar 9,24%.

Kata Kunci: Penggunaan *E-Money*, Gaya Hidup, Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif

Abstract

This study aims to determine the effect of the use of e-money, lifestyle, peers, and financial literacy partially on consumptive behavior of students of the Faculty of Economics, Yogyakarta State University. This research is a causal associative research with a quantitative approach. The population in this study were undergraduate students at the Faculty of Economics, Yogyakarta State University, class of 2019-2020. The sampling technique was the purposive sampling technique with a total sample of 168 students. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially the use of e-money and financial literacy has no effect on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics, Yogyakarta State University. The results also show that partially lifestyle and peers have a positive effect on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics, Yogyakarta State University. Lifestyle has a positive effect on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics, Yogyakarta State University by 18,49%. Meanwhile, peers have a positive effect on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics, Yogyakarta State University by 9,24%

Keywords: *The Use of E-Money, Lifestyle, Peers, Financial Literacy, Consumptive Behavior*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern mengakibatkan pergeseran pola konsumsi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pergeseran pola konsumsi disebabkan oleh perkembangan teknologi yang semakin maju, berbagai macam barang dan jasa serta pusat-pusat perbelanjaan yang semakin beraneka ragam sehingga dapat mempermudah masyarakat untuk memperoleh kebutuhan hidupnya. Di kota-kota besar seperti di kota Yogyakarta juga sangat terlihat adanya pergeseran pola konsumsi. Pola konsumsi mahasiswa di Yogyakarta saat ini mulai merambah ke kebutuhan sekunder dan tersier (Priatmojo, 2020)

Survei yang dilakukan oleh Lifepal pada tahun 2020 menunjukkan bahwa sebanyak 44,8% mahasiswa menyatakan pengeluaran terbesar untuk pulsa dan internet. Sedangkan, pengeluaran mahasiswa untuk biaya makan dan minum sebesar 15,6%. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi pergeseran pola konsumsi mahasiswa, dimana awalnya pengeluaran mahasiswa lebih banyak untuk makanan dan minuman, namun kini beralih ke pengeluaran bukan makanan. Kebutuhan mahasiswa yang semakin kompleks membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Kanserina, 2015).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang dalam membeli produk atau jasa tidak berdasarkan pertimbangan rasional melainkan hanya untuk mendapatkan kesenangan atau perasaan emosi (Mowen & Minor, 2002). Konsumen seringkali membeli barang melebihi rencana pembelian awal (Adiputra, 2015). Hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen menunjukkan bahwa 84% konsumen yang mengunjungi pusat perbelanjaan modern terkadang atau selalu melakukan pembelian tidak terencana (Divianto, 2013).

Mahasiswa sebagai salah satu kelompok konsumen dalam melakukan pembelian tertentu sebelumnya tidak berniat untuk membeli, namun karena adanya stimulus seperti diskon atau promo maka akan timbul keinginan untuk memiliki produk tersebut yang pada akhirnya konsumen akan membelinya. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dalam berbelanja cenderung melakukan pembelian secara tiba-tiba atau tidak terencana.

Perilaku konsumtif mahasiswa dapat terlihat dari mahasiswa yang rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan, seperti membeli barang-barang *branded* untuk menunjang penampilan diri dan sebagai simbol status sosial, membeli produk sejenis dengan merek berbeda, serta mengisi waktu

luang dengan teman-teman di cafe, mall, dan bioskop. Mahasiswa juga menggunakan *e-money* sebagai media transaksi karena mudah digunakan dan terdapat banyak *discount* atau *cashback*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap mahasiswa ingin tampil kekinian, tidak ketinggalan zaman dan berusaha mengikuti *trend* yang sedang berkembang.

Salah satu faktor yang diduga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah penggunaan *e-money*. Penggunaan *e-money* dinilai dapat memberikan kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi. Bank Indonesia (2021) mengatakan bahwa jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia semakin bertambah pesat. Hal ini berarti bahwa penggunaan alat pembayaran non tunai berupa uang elektronik semakin diminati oleh masyarakat.

Pengguna produk *e-money* salah satunya adalah mahasiswa. Mahasiswa sebagai *agent of change* dalam era revolusi industri 4.0 semakin dekat dengan teknologi. Adanya layanan berbasis teknologi dan informasi dalam sistem pembayaran memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi pembayaran sehingga dapat memungkinkan mahasiswa untuk bersifat konsumtif. Selain itu, promosi dan diskon yang ditawarkan oleh *marketplace* dapat membuat mahasiswa lebih konsumtif karena

mahasiswa merasa diuntungkan dengan melakukan transaksi tersebut selama promo masih berlaku (Ramadani, 2016).

Kecenderungan perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh gaya hidup. Hawkins (1980) menyatakan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan, dan perilakunya termasuk perilaku membeli. Fenomena gaya hidup mahasiswa dapat terlihat dari mahasiswa yang lebih memprioritaskan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang *branded* untuk mengikuti tren masa kini dan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya dibandingkan untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku perkuliahan (Dikria & Mintarti, 2016). Kegiatan yang mengikuti tren dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian barang tanpa berpikir rasional dan membuat mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif.

Gaya hidup mahasiswa juga terlihat dari mahasiswa yang suka nongkrong di kafe, mengisi waktu luang dengan jalan-jalan ke mall, mengunjungi tempat hiburan seperti bioskop maupun tempat wisata, mengenakan barang *branded* agar lebih percaya diri, dan membeli barang yang tidak dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa merupakan bagian dari gaya hidup hedonis karena aktivitas, minat, dan

pendapatnya hanya berorientasi pada kesenangan atau kenikmatan (Azizah & Indrawati, 2015).

Faktor lain yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu teman sebaya. Teman sebaya merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama atau tingkat usia dan pola pikir yang relatif sama dengan menerapkan prinsip yang dianut bersama serta saling mempengaruhi anggota kelompok (Dewi, Rusdarti, & Sunarto, 2017). Problematika penerimaan dan penolakan teman sebaya sering terjadi pada remaja di dalam pergaulan. Untuk menghindari penolakan tersebut, maka remaja cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok teman sebayanya agar dapat diterima dengan baik di kelompok tersebut (Mappiare, 1982). Salah satunya yaitu dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebayanya.

Teman sebaya mempengaruhi seseorang dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan, dan aktivitas sosial lainnya (Amaliya & Setiaji, 2017). Berkaitan dengan pembelian suatu produk, teman sebaya berperan sebagai sumber informasi dan memberikan rekomendasi. Hal ini dikarenakan mahasiswa dalam melakukan pembelian suatu produk tidak berdasarkan kebutuhan, tetapi karena pendapat dan

kesukaan teman sangat penting baginya dan mereka ingin terlihat menarik seperti teman-temannya.

Selain teman sebaya, literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif. Literasi keuangan membantu individu menjadi konsumen yang lebih baik, dan kritis terhadap kualitas, harga, dan pelayanan suatu produk (Dewi, Rusdarti, & Sunarto, 2017). Individu perlu mempunyai kemampuan literasi keuangan agar individu tersebut dapat mengelola keuangannya sehingga tidak menimbulkan pemborosan (Kumalasari & Soesilo, 2019).

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan tahun 2022, tingkat literasi keuangan di Indonesia mencapai 49,68% dan tingkat inklusi sebesar 85,10%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia relatif rendah. Rendahnya tingkat literasi keuangan menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman masyarakat masih kurang terhadap berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan.

Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfatun, Udhma & Dewi (2016) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta sebesar 57% sehingga dapat dikategorikan rendah (< 60%). Literasi keuangan yang rendah akan berdampak pada rendahnya keinginan menabung seseorang untuk perencanaan masa depan dan kebiasaan belanja yang berlebihan akan membuat konsumen lebih konsumtif sehingga sulit baginya untuk menjadi konsumen yang cerdas (Putri, Widodo & Martono, 2016).

Dewi, Herawati & Adiputra (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan *e-money* secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Namun, hasil penelitian tersebut berbeda dengan Mustamu, Rotinsulu, & Maramis (2021) yang menemukan bahwa *e-money* secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Kemudian, Kanserina (2015) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, pada penelitian Hikmawati, Salam, & Risqi (2019) menyatakan bahwa gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif *online shopping*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurachma & Arief (2017) mengatakan bahwa kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

Sofiyani (2017) menunjukkan teman sebaya berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nurachma & Arief (2017) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan pada penelitian Susanti & Saputro (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Adanya fenomena dan *research gap* tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa perlu untuk diteliti karena perilaku konsumtif juga banyak terjadi di kehidupan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Mahasiswa tertarik pada hal-hal yang tidak terduga saat berbelanja daripada berpikir secara rasional dalam memenuhi kebutuhannya. Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi karena mahasiswa tersebut memperoleh pembelajaran terkait dengan ekonomi. Seharusnya mahasiswa yang telah memperoleh pengetahuan mengenai konsep ekonomi tersebut dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, seperti menerapkan pola hidup hemat dan bijak dalam mengelola keuangan dan sumber daya yang tersedia. Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji apakah penggunaan *e-*

money, gaya hidup, teman sebaya dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

KAJIAN LITERATUR

1. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Icek Ajzen mengemukakan teori ini pada tahun 1985. *Theory of Reasoned Action* menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) dan norma-norma subjektif (*subjective norms*) merupakan dua faktor yang mempengaruhi minat individu terhadap perilaku. Kemudian dalam *Theory of Planned Behavior* ditambahkan satu faktor lagi yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa faktor sentral perilaku manusia didasarkan pada *behavioral intention* (niat berperilaku). Intensi dapat diartikan sebagai suatu indikasi seberapa keras individu ingin mencoba dan seberapa banyak waktu serta upaya yang direncanakan untuk melakukan perilaku tersebut (Natalia, 2020). Oleh karena itu, semakin kuat niat individu untuk terlibat dalam suatu perilaku maka semakin besar

kecenderungan individu untuk melakukan perilaku tersebut.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa niat individu untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Sejauh mana individu membentuk evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku disebut sikap terhadap perilaku. Norma subjektif merupakan faktor sosial yang merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Persepsi kontrol perilaku mengacu pada persepsi orang mengenai kemampuannya dalam melakukan perilaku tertentu. Ini berarti bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan diprediksi oleh persepsi kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku tersebut, dengan asumsi bahwa tindakan tersebut mencerminkan pengalaman masa lalu dan hambatan yang dapat diantisipasi.

Theory of Planned Behavior merupakan teori utama yang dijadikan acuan dalam penelitian ini karena teori ini merupakan salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku seseorang. Variabel penggunaan *e-money* termasuk dalam faktor pembentuk perilaku yaitu sikap. Sikap seseorang

terhadap suatu perilaku diperoleh dari keyakinannya akan konsekuensi yang diterima saat menunjukkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Individu yang memiliki sikap yang bijak dalam hal penggunaan *e-money* sebagai alat transaksi akan membuat mahasiswa mampu memanfaatkan *e-money* semaksimal mungkin, tanpa terganggu dengan efek negatifnya dalam hal ini perilaku konsumtif. Sebaliknya, jika individu memiliki sikap yang tidak bijak dalam hal penggunaan *e-money* sebagai alat transaksi maka akan membuat kecenderungan mahasiswa bersikap boros yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Variabel gaya hidup dan teman sebaya termasuk dalam faktor pembentuk perilaku yaitu norma subjektif. Norma subjektif digunakan untuk menjelaskan bagaimana gaya hidup dan teman sebaya memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa. Tekanan sosial biasanya dipengaruhi oleh sikap, aktivitas, pendapat, keluarga, dan status sosial yang merupakan bagian dari gaya hidup (Ramadhani, 2019). Tekanan sosial juga dipengaruhi oleh referensi berupa teman sebaya. Ketika individu ingin melakukan perilaku konsumtif kemudian menerima tekanan sosial dari orang atau kelompok yang berpengaruh, maka individu tersebut

akan terdorong untuk mengikuti harapan dari orang atau kelompok tersebut sehingga individu tersebut memiliki niat yang kuat untuk melakukan perilaku tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi gaya hidup individu dan pengaruh teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Variabel literasi keuangan termasuk dalam faktor pembentuk perilaku yaitu persepsi kontrol perilaku. Keyakinan individu tentang suatu perilaku yang dilaksanakan (*control beliefs*) diperoleh dari berbagai hal yaitu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman (Himatia, 2019). Literasi keuangan termasuk kontrol perilaku karena literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan yang diperoleh dari proses pembelajaran. Pembelajaran tersebut mencakup perubahan perilaku individu yang timbul dari pengalaman. Oleh karena itu, individu yang mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi akan mampu mengelola keuangannya dengan baik dan memiliki kecenderungan untuk berperilaku secara rasional saat melakukan aktivitas konsumsi sehingga individu tersebut dapat terhindar dari perilaku konsumtif.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-*

money, gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan dapat dijelaskan oleh konsep *Theory of Planned Behavior* dalam memprediksi perilaku konsumtif.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli produk tanpa adanya pertimbangan rasional atau tidak berdasarkan kebutuhan, seperti membeli suatu produk karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang menggunakannya (Haryani & Herwanto, 2015). Sedangkan Dikria & Mintarti (2016) berpendapat bahwa perilaku konsumtif sebagai suatu kecenderungan mengonsumsi suatu produk yang tidak terlalu dibutuhkan secara berlebihan dan tidak berdasarkan pada pertimbangan rasional, sehingga individu lebih mengutamakan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.

Perilaku konsumtif didefinisikan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sebagai kecenderungan individu dalam mengonsumsi tanpa batas dan lebih mengutamakan faktor keinginan (Anggraini & Santhoso, 2017). Perilaku ini dipengaruhi oleh nafsu untuk memuaskan kesenangan dan keinginan lebih diutamakan daripada kebutuhan, sehingga tanpa pertimbangan yang matang, individu dapat dengan mudah

membelanjakan uangnya untuk berbagai jenis keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan rasional, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dipengaruhi oleh hasrat untuk memenuhi kesenangan semata.

3. Penggunaan E-Money

Electronic Money adalah uang tunai yang dikonversi ke dalam bentuk data elektronik yang disimpan pada kartu penyimpanan berupa *chip* atau *server* sehingga fungsi *e-money* tidak jauh berbeda dengan fungsi uang tunai (Ulayya & Mujiasih, 2020). Usman (2017) menyatakan uang elektronik adalah uang yang secara fisik tidak berwujud atau *cashless money*, dan nilai uangnya didapatkan dari nilai uang yang telah disetorkan ke penerbit, yang kemudian disimpan dalam kartu *chip* atau *server* dan dapat digunakan untuk pembayaran secara non tunai ke *merchant* atau pedagang yang bekerjasama dengan penerbit uang elektronik. Penggunaan *e-money* dilakukan dengan memindahkan dana secara elektronik ke *merchant* dengan

mengurangi nilai uang elektronik pada media yang dikelola oleh pemegang *e-money* sebesar nilai transaksi. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* merupakan suatu kondisi nyata pengguna menggunakan *e-money* sebagai salah satu alat transaksi pembayaran di *merchant* yang telah bekerjasama dengan penerbit.

4. Gaya Hidup

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Setiadi (2008) mengartikan gaya hidup sebagai cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang dipikirkan tentang dirinya dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Lebih lanjut, gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktunya (Mowen & Minor, 2002). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup atau cara hidup seseorang yang berkaitan dengan aktivitas, minat dan pendapatannya dalam

membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya.

5. Teman Sebaya

Sebuah kelompok merupakan kumpulan individu yang saling berinteraksi satu sama lain selama periode waktu tertentu untuk mencapai tujuan bersama. Hadiman (2021) mengatakan bahwa kelompok teman sebaya adalah suatu interaksi dengan orang-orang yang memiliki kesamaan dalam usia, status, hobi dan pemikiran yang sama. Melalui interaksi di antara kelompok sebaya tersebut, mereka dapat memberikan dan menerima informasi mengenai dunia luar keluarga yang sangat diperlukan untuk perkembangan dan kedewasaan individu. Sedangkan Dewi, Rusdarti, & Sunarto (2017) mengatakan bahwa teman sebaya merupakan kelompok anak-anak dengan tingkat kedewasaan yang sama dan menerapkan prinsip hidup bersama serta saling memberikan pengaruh kepada anggota kelompok. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa teman sebaya adalah sekumpulan individu yang memiliki persamaan usia, status sosial, hobi, dan pemikiran yang saling berinteraksi satu sama lain selama periode tertentu untuk mencapai tujuan bersama.

6. Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (2017) mengatakan literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Margaretha & Pambudi (2015) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang efektif.

Pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengelola perencanaan keuangan pribadinya, sehingga individu tersebut dapat memaksimalkan nilai waktu dari uang dan manfaat yang diperoleh oleh individu akan semakin besar serta akan meningkatkan taraf hidupnya (Yushita, 2017). Tingkat literasi keuangan yang tinggi akan memungkinkan individu untuk mengelola keuangannya dengan baik, mengambil keputusan dengan tepat serta menggunakan uangnya dengan bijak. Sebaliknya, tingkat literasi keuangan yang rendah akan membuat individu sulit untuk mengelola keuangannya dan mengambil keputusan yang salah serta menggunakan uangnya untuk memenuhi keinginan dibandingkan

dengan kebutuhan. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam mengelola keuangan pribadinya secara efektif sehingga dapat membuat keputusan keuangan dengan bijak agar terhindar dari masalah keuangan dan mencapai kesejahteraan.

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Penggunaan *E-Money* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- H2 : Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- H3 : Teman Sebaya berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- H4 : Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan data primer yang diperoleh melalui metode survei.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta pada bulan September-Oktober 2022.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa aktif S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2019-2020. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu yaitu mahasiswa aktif S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2019-2020 dan mahasiswa yang menggunakan *e-money*. Hair et.al (1998) menyatakan penentuan jumlah sampel minimum yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5-10. Jumlah indikator pada penelitian ini sebanyak 24 x 7 sehingga diperoleh 168 sampel.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik dan instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pengukuran variabel penggunaan *e-money*, gaya hidup, teman sebaya, dan perilaku konsumtif menggunakan skala likert 4 skala.

Sedangkan pengukuran variabel literasi keuangan dengan teknik penskoran. Setiap satu pertanyaan yang dijawab benar akan memperoleh skor 1 dan apabila dijawab salah maka akan memperoleh skor 0. Skor literasi keuangan diperoleh dari jumlah skor benar dibagi dengan seluruh pertanyaan, kemudian dikali dengan 100 sehingga diperoleh hasil dalam %.

Pada penelitian ini variabel penggunaan *e-money* memiliki 3 indikator yang dikemukakan oleh Ramadhani (2019), gaya hidup memiliki 3 indikator yang dikemukakan oleh Mowen & Minor (2017), teman sebaya memiliki 6 indikator yang dikemukakan oleh Winaryo (2017), literasi keuangan memiliki 4 indikator yang dikemukakan oleh Chen & Volpe (1998), dan perilaku konsumtif memiliki 8 indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (2002).

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Tidak Valid	Item Valid
Penggunaan <i>E-Money</i>	9	-	9
Gaya Hidup	9	-	9
Teman Sebaya	18	5	13
Perilaku Konsumtif	24	5	19

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 9 butir pernyataan yang tidak valid yang selanjutnya tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Penggunaan <i>E-Money</i>	9	0,941
Gaya Hidup	9	0,842
Teman Sebaya	13	0,849
Perilaku Konsumtif	19	0,902

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha variabel di atas $> 0,60$ sehingga semua instrumen tersebut reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi data yang disajikan dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	M	SD
Penggunaan <i>E-Money</i>	168	23	36	31,5	3,353
Gaya Hidup	168	11	30	21	3,699
Teman Sebaya	168	21	40	30,6	3,995
Literasi Keuangan	168	20	93	57,5	14,73
Perilaku Konsumtif	168	28	58	44,3	6,087

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui kecenderungan data responden. Kecenderungan variabel penggunaan *e-money* tergolong tinggi sebesar 86,31%. Variabel gaya hidup berada pada kategori sedang sebesar 79,17%. Variabel teman sebaya termasuk dalam kategori sedang sebesar 89,29%. Variabel literasi keuangan berada pada kategori sedang sebesar 75%. Variabel perilaku konsumtif termasuk dalam kategori sedang sebesar 85,71%.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	T	Sig	Partial
Constant	18,225	4,020	0,000	
Penggunaan <i>E-Money</i>	-0,061	-0,546	0,586	-0,043
Gaya Hidup	0,707	6,075	0,000	0,430
Teman Sebaya	0,439	4,076	0,000	0,304
Literasi Keuangan	-0,005	-0,191	0,849	-0,015
Adjusted R Square	0,369			
F Hitung	25,380			
Sig F	0,000			

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di atas, nilai Adjusted R Square sebesar 0,369 yang berarti bahwa sumbangan pengaruh keempat variabel independen (penggunaan *e-money*, gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif) sebesar 36,9%, sedangkan sisanya sebesar 63,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Nilai koefisien determinasi parsial variabel penggunaan *e-money* sebesar $((-0,043)^2 \times 100\%) = 0,18\%$ sehingga pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 0,18%. Variabel gaya hidup sebesar $((0,430)^2 \times 100\%) = 18,49\%$. Variabel teman sebaya sebesar $((0,304)^2 \times 100\%) = 9,24\%$ dan variabel literasi keuangan sebesar

$((-0,015)^2 \times 100\%) = 0,02\%$. Persamaan regresi pada penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = 18,225 - 0,061 X_1 + 0,707 X_2 + 0,439 X_3 - 0,005 X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 18,225 artinya jika variabel penggunaan *e-money* (X1), Gaya Hidup (X2), Teman Sebaya (X3) dan Literasi Keuangan (X4) nilainya adalah 0, maka Perilaku Konsumtif (Y) nilainya sebesar 18,225.
- 2) Koefisien regresi Penggunaan *E-Money* (X1) sebesar -0,061 dan bernilai negatif artinya jika variabel Penggunaan *E-Money* (X1) mengalami kenaikan satu satuan sedangkan Gaya Hidup (X2), Teman Sebaya (X3) dan Literasi Keuangan (X4) nilainya tetap, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,061. Hasil hipotesis pertama menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4 adalah $0,586 > 0,05$ maka hipotesis pertama ditolak.
- 3) Koefisien regresi Gaya Hidup (X2) sebesar 0,707 dan bernilai positif artinya jika variabel Gaya Hidup (X2) mengalami kenaikan satu satuan sedangkan Penggunaan *E-Money* (X1), Teman Sebaya (X3) dan Literasi

Keuangan (X4) nilainya tetap, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,707. Hasil hipotesis kedua menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4 adalah $0,000 < 0,05$ maka hipotesis kedua diterima.

- 4) Koefisien regresi Teman sebaya sebesar 0,439 dan bernilai positif artinya jika variabel Teman Sebaya (X3) mengalami kenaikan satu satuan sedangkan Penggunaan *E-Money* (X1), Gaya Hidup (X2), dan Literasi Keuangan (X4) nilainya tetap, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,439. Hasil hipotesis ketiga menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4 adalah $0,000 < 0,05$ maka hipotesis ketiga diterima.
- 5) Koefisien regresi Literasi Keuangan (X4) sebesar -0,005 dan bernilai negatif artinya jika variabel Literasi Keuangan (X4) mengalami kenaikan satu satuan sedangkan Penggunaan *E-Money* (X1), Gaya Hidup (X2), dan Teman Sebaya nilainya tetap, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,005. Hasil hipotesis pertama menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4 adalah

$0,849 > 0,05$ maka hipotesis keempat ditolak.

Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FE UNY. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berada pada kategori tinggi dengan persentase 86,31% dan perilaku konsumtif pada kategori sedang atau cukup tinggi pada persentase 85,71%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-money* tidak mempengaruhi peningkatan dan penurunan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti, et.,al. (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang mempunyai kemampuan kognitif yang baik dalam hal penggunaan media pembayaran dan pengelolaan keuangan maka mahasiswa tidak berperilaku konsumtif (Widiyanti et al., 2022).

Berdasarkan *theory of planned behavior* penggunaan *e-money* termasuk sikap terhadap perilaku. Sikap individu

terhadap perilaku diperoleh dari keyakinannya terhadap konsekuensi yang diterima ketika menunjukkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Individu yang memiliki sikap yang bijak dalam hal penggunaan *e-money* sebagai alat transaksi akan membuat mahasiswa mampu memanfaatkan *e-money* semaksimal mungkin, tanpa terganggu dengan efek negatifnya dalam hal ini perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penggunaan *e-money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena mahasiswa bijak dalam menggunakan *e-money* sebagai alat transaksi sesuai dengan kebutuhannya tidak berdasarkan keinginannya sehingga mahasiswa tidak terjerumus pada perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FE UNY yang berarti bahwa semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Besarnya kontribusi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar 18,49%. Hawkins et al. (1980) menyatakan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan, dan perilakunya termasuk perilaku membeli. Hawkins et

al. (1980) juga berpendapat gaya hidup seringkali dijadikan sebagai motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Hal ini berarti bahwa individu dalam melakukan pembelian suatu produk mengacu pada gaya hidup yang dianutnya.

Hasil penelitian ini relevan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang mengatakan bahwa gaya hidup seseorang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Secara umum, gaya hidup seseorang dapat tercermin dari aktivitas rutinnnya, pemikirannya tentang dunia luar, dan seberapa besar kepeduliannya terhadap sesuatu yang terjadi pada dirinya dan lingkungan sekitarnya. Jika gaya hidup mahasiswa berlebihan, maka kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa ikut berlebihan. Dalam hal ini, mahasiswa tidak lagi memikirkan skala prioritas untuk memenuhi kebutuhannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kanserina (2015) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FE UNY yang berarti bahwa

semakin tinggi pengaruh teman sebaya, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sosial dimana mahasiswa berinteraksi dengan kelompoknya. Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 9,24%.

Myers (2010) mengatakan kelompok teman sebaya terdiri dari dua orang atau lebih dengan usia yang sama, berinteraksi dalam kurun waktu yang lama dan saling mempengaruhi serta saling merasa satu sama lain sebagai kita. Semakin banyak interaksi dan waktu yang dihabiskan bersama teman sebaya akan mengakibatkan mahasiswa semakin terpengaruh oleh kelompok teman sebaya tersebut. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam melakukan aktivitas konsumsi yang nantinya dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Amaliya dan Setiaji (2017) mengatakan bahwa teman sebaya merupakan kelompok yang akan memberikan pengaruh dalam memilih cara berpakaian, hobi, perkumpulan, dan aktivitas sosial lainnya. Berkaitan dengan pembelian suatu produk, teman sebaya berperan sebagai sumber informasi dan

memberikan rekomendasi. Hal ini dapat dilihat pada jawaban responden yang menunjukkan bahwa teman sebaya memberikan informasi mengenai produk yang belum diketahui dan menyarankan untuk segera membeli produk tersebut. Selain itu, mahasiswa memiliki opini yang sama dengan teman sebaya dalam hal memilih produk. Hal tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi yang berlebihan sehingga kegiatan konsumsi mahasiswa mengarah pada perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurachma & Arief (2017) yang menyatakan bahwa secara parsial kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis keempat yaitu literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FE UNY ditolak. Hasil statistik deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta berada pada kategori sedang atau cukup baik dengan persentase 75% dan perilaku konsumtif pada kategori sedang atau

cukup tinggi pada persentase 85,71%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan mahasiswa belum tentu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Susanti & Saputro, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurnima & Hakim (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena sebagian besar mahasiswa menerima pemahaman terkait dengan literasi keuangan hanya dijadikan sebagai pengetahuan dan tidak ada jaminan bahwa pengetahuan yang diperoleh mahasiswa akan meningkatkan literasi keuangan mahasiswa tersebut (Kurnia & Hakim, 2021).

Berdasarkan *theory of planned behavior* literasi keuangan termasuk kontrol perilaku yang dirasakan. Keyakinan mahasiswa untuk melakukan suatu perilaku dapat diperoleh dari pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman (Himatia, 2019). Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam mengelola keuangan pribadinya secara efektif sehingga dapat membuat keputusan keuangan dengan bijak agar

terhindar dari masalah keuangan dan mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan mahasiswa berada pada kategori cukup tinggi. Berdasarkan teori tersebut, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka dapat mengelola keuangan dengan baik dan berpikir rasional dalam melakukan aktivitas konsumsi sehingga perilaku konsumtif dapat dihindari. Oleh karena itu, literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena mahasiswa dapat mengelola keuangannya dengan baik dan berpikir rasional dalam melakukan aktivitas konsumsi sehingga mahasiswa terhindar dari perilaku konsumtif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *e-money* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa penggunaan *e-money* tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri

Yogyakarta sebesar 18,58%. Semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

3. Teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebesar 8,24%. Semakin tinggi pengaruh teman sebaya, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.
4. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa literasi keuangan tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Penerbit *E-Money*

Sebaiknya senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas layanan dengan baik sehingga tercipta persepsi yang baik yang nantinya akan menimbulkan kepercayaan terhadap perusahaan penerbit *e-money*. Selain itu, sebaiknya penerbit *e-money* lebih mengoptimalkan tingkat keamanan pada *e-money* sehingga masyarakat dapat percaya bahwa data yang tersimpan terjamin kerahasiaannya.

2. Bagi Mahasiswa

a. Mahasiswa diharapkan memperbaiki pola pikirnya bahwa produk bermerek dan mahal belum tentu memiliki kualitas produk yang bagus dan belum tentu membuat individu memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

b. Mahasiswa dalam bergaul sebaiknya memperhatikan batas-batas perilaku yang baik dan tidak baik untuk dilakukan sehingga pergaulan dengan teman sebaya tidak mempengaruhi kehidupan yang mengarah pada perilaku konsumtif.

c. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terkait dengan asuransi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti berbagai sosialisasi ataupun seminar.

d. Sebaiknya mahasiswa dalam membeli produk tidak mudah tergiur dengan iming-iming hadiah, dan lebih mementingkan kebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan keinginan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel penelitian ke seluruh perguruan tinggi di Yogyakarta agar jumlah dan kualitas responden semakin meningkat dan mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

- b. Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan pengambilan data secara langsung sehingga peneliti dapat mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar data yang diperoleh terhindar dari bias.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti uang saku, kontrol diri, literasi ekonomi, status sosial ekonomi orang tua, dan lingkungan keluarga sehingga dapat diperoleh secara lebih luas mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, E. (2015). Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Di Pusat Perbelanjaan Modern Di Surabaya. *An-Nisbah*, 01(02).
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179–211.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. New York: Open University Press.
- Amaliya, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 835–842.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140.
<https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Azizah, F. N., & Indrawati, E. S. (2015). Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 156–162.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/14313>
- Bank Indonesia. (2021). *Jumlah Transaksi Uang Elektronik Beredar*. Bi.Go.Id.
https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/_layouts/download.aspx?SourceUrl=https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/Lists/UangElektronikTransaksi/Attachments/13/Jumlah_Transaksi_Uang_Elektronik_Beredar_2021.pdf
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dikria, O., & W, S. U. M. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

- Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139. <https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>
- Divianto. (2013). Pengaruh Faktor-faktor In-Store Promotion terhadap Impulse Buying Decision pada Konsumen Hypermart PIM. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 3(1), 94–104.
- Ghozali, I. (2016). *:Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiman, P. E. G. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sanata Dharma. In *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Hawkins, D. I., Coney, K. A., & Best, R. J. (1980). *Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy*. Ontario: Business Publications, Inc.
- Hikmawati, Salam, A., & Rizqi, R. M. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Online Shopping (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan 2018 yang Melakukan Pembelian di Shopee). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–7. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.448>
- Himatia, A. N. (2019). *Peran Literasi Keuangan Dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri dan kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris Pada Siswa Kelas XI IPS SMAN 1 Kendal)*. Universitas Negeri Semarang.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition* (15th ed.). Prentice Hall.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Kurnima, & Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29.
- Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Usaha Nasional.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *JMK*, 17(1), 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). *Perilaku Konsumen Jilid 1. Alih Bahasa : Lina Salim* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mustamu, A., Rotinsulu, T. O., & Maramis,

- M. T. B. (2021). Pengaruh Less Cash Society Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat di Kota Manado (Studi Kasus: Dosen dan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 9(1), 386–396.
- Natalia, K. V. (2020). *Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Indonesia dalam Berbelanja Secara Daring di Toko Daring Lintas Batas Negara*. Universitas Sanata Dharma.
- Nurachma, Y. A., & Arief, S. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 489–500. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks,2019 yaitu 76%2C19 persen.>
- Priatmojo, G. (2020). *Mahasiswa di Jogja Habiskan Rp2,9 Juta Sebulan, Sebagian Buat Gaya Hidup*. Suarajogja.Id. <https://jogja.suara.com/read/2020/07/10/072156/mahasiswa-di-jogja-habiskan-rp29-juta-sebulan-sebagian-buat-gaya-hidup>
- Putri, S. F., Widodo, J., & Martono, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang). *Journal of Economic Education*, 5(2), 179–192.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Ramadhani, R. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara). In *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sofiyani, M. K. (2017). Hubungan antara Kelekatan Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. In *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, A., & Saputro, S. M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stie Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional (JAMBI)*, 2(01), 1–10.
- 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.
- Ulfatun, T., Udhma, U. S., & Dewi, R. S. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, XI(2), 1–13.
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134–166.

<https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.443>

1

Widiyanti, N. M. W., Sara, I. M., Aziz, I. S. A., Darma, K., & Wulandari, I. G. A. A. (2022). The Effect of Financial Literature, Electronic Money, Self Control, and Lifestyle on Student Consumption Behavior. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 2(1), 1–10.

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Winaryo, K. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas XI IPS di SMA N 1 Rembang Purbalingga. In *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>