

PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA: SEBERAPA BESAR PERAN FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, E-MONEY, DAN SELF CONTROL?

Devi Kusmiati, Heny Kurnianingsih

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo

Email: devikusmiati00@gmail.com

Abstract: *Consumptive behavior is the attitude of people who like to shop and are more concerned with their wants than their needs. The study was conducted to determine whether consumptive behavior can be influenced by financial literacy, lifestyle, electronic money and self-control. The population based on this study were students of the Surakarta Faculty of Economics and obtained a sample of 330 students. The questionnaire in this study is useful for collecting respondent data. Consumptive behavior is partially influenced by lifestyle variables, electronic money, and self-control, in contrast to financial literacy which is stated to affect student consumptive behavior. After being tested simultaneously, the dependent variable is influenced by the independent variables used. The study stated that the consumptive behavior variable (Y) was influenced by 56.6% by the variables of financial literacy (X1), lifestyle (X2), electronic money (X3), and self-control (X4). Then the side of 43.4% is influenced by other factors that were not found in the study*

Keywords: *consumptive behavior, financial literacy, life style, e-money and self control*

1. PENDAHULUAN

Teknologi berkembang pesat di era globalisasi ini, adanya perkembangan teknologi dapat mendorong ekonomi di suatu negara lebih maju. Bukti negara maju yaitu salah satunya dapat dilihat dengan kehidupan yang serba digitalisasi serta otomatis (Dilasari, 2020). Kemajuan teknologi yang tidak terbatas pada era digital ini memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan serta memudahkan dalam memenuhi kebutuhan (Budiyono dkk, 2021). Hal ini terlihat dari maraknya platform yang menawarkan kemudahan dalam kegiatan sehari-hari salah satunya yaitu berbelanja secara *online*, dimana masyarakat tidak perlu pergi keluar rumah untuk sekedar berbelanja karena dengan situs belanja *online* ini memudahkan masyarakat membeli dari manapun dan kapanpun. Selain adanya teknologi yang memudahkan dalam belanja *online*, kini terdapat juga teknologi yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran maupun transfer uang. Teknologi tersebut berupa platform *e-money* atau juga bisa disebut dengan uang elektronik. Sekarang masyarakat lebih praktis dalam melakukan pembayaran, tidak perlu lagi membawa dompet karena hanya *scanQR code* dari aplikasi platform yang ada di ponsel pembayaran pun menjadi lebih mudah dan tentunya aman.

Adanya teknologi yang semakin canggih serta kehidupan sekarang yang modern dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat (Prastiwi dan Anik, 2020). Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang irasional di mana perilaku masyarakat dalam membeli barang tanpa melakukan pertimbangan serta lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhan (Irianti Asisi, 2020). Keadaan ini sering dijumpai di kalangan masyarakat umum tentunya juga dapat terjadi di kalangan mahasiswa. Dapat diketahui bahwasanya mahasiswa selalu identik dengan sikap yang ingin selalu *up to date* untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, serta mahasiswa mudah dipengaruhi oleh lingkungannya. Terdapat beberapa faktor eksternal maupun internal yang bisa berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Faktor pertama yang menjadi salah satu penyebab mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif yaitu *financial literacy*. (Kumalasari & Soesilo, 2019) menyatakan agar dapat mengatur keuangan mahasiswa harus mempunyai kemampuan literasi keuangan yang baik,

sehingga tidak menimbulkan sifat boros. Keterampilan dan pengetahuan merupakan aspek dalam literasi keuangan yang membantu secara efektif mengelola sumber daya keuangan seseorang demi kesejahteraan. Penelitian yang dilakukan (Irianti Asisi, 2020) menyatakan bahwa secara signifikan dan positif perilaku konsumtif dipengaruhi oleh *financial literacy*. Terdapat perbedaan hasil pada variabel *financial literacy*. (Astiningrum, n.d.), (Dilasari, 2020), (Dilasari et al., 2021), (Irianti Asisi, 2020), (Zahra & Anoraga, 2021), (Tribuana, 2020), (Fariana et al., 2021), (Udayanthi et al., 2018) menyatakan jika perilaku konsumtif dipengaruhi secara positif oleh *financial literacy*. Tetapi berbeda hasil dari penelitian (Kumalasari & Soesilo, 2019) dan (Dewi et al., 2017), (Halimatussakdiyah et al., 2019), (Haryana, 2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak dipengaruhi oleh *financial literacy*.

Tabel 1.

Persentase indeks literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan

No	Tahun	Indeks Literasi	Indeks Inklusi
1	2013	21.8%	59.74%
2	2016	29.7%	67.8%
3	2019	38.03%	76.19%

Sumber: data publikasi ojk tahun 2019

Sikap konsumtif mahasiswa yang tidak mengimbangi dengan adanya literasi keuangan maka akan menimbulkan sifat sulit mengontrol diri untuk tidak membelanjakan uang. Adanya manajemen keuangan mahasiswa yang kurang baik tersebut dapat menyebabkan mahasiswa melakukan keputusan keuangan yang buruk. Tidak jarang mahasiswa mengalami kesulitan bahkan terjatuh dalam hutang. SNLIK merupakan survei yang dilaksanakan oleh OJK untuk mengukur literasi serta inklusi keuangan yang dilakukan dalam tiga tahun sekali. Tabel 1. menerangkan survei yang dilakukan pada tahun 2019. menyatakan bahwa literasi keuangan serta inklusi keuangan masing-masing besaran indeksinya yaitu 38,03 % dan 76,19%. Hasil tersebut melonjak dari hasil survei pada tahun 2016 dimana masing-masing peningkatannya sebesar 8,33% untuk literasi keuangan dan 8,39% untuk inklusi keuangan.

Faktor kedua yang menjadi salah satu penyebab mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif yaitu *life style*. (Dilasari et al., 2021) menyatakan *life style* dapat dilihat berdasar minat seseorang dalam melakukan pembelanjaan suatu produk maupun jasa. Contohnya jika seseorang mempunyai gaya hidup yang mewah tidak akan segan untuk membeli barang *branded, up to date* dan akan selalu mengikuti trend yang ada. Gaya hidup juga dapat dilihat dari aktivitas keseharian, misalnya orang yang memiliki gaya hidup tinggi akan sering jalan-jalan ke *mall*, nongkrong di *cafe* serta liburan ke luar negeri. (Sukma & Canggih, 2021), dan (Irianti Asisi, 2020) menyatakan bahwa *life style* tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Berbeda dengan hasil penelitian dari (Astiningrum, n.d.), (Dilasari et al., 2021), (Zahra & Anoraga, 2021), (Halimatussakdiyah et al., 2019), (Fariana et al., 2021), (Haryana, 2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi positif oleh *life style*.

Faktor ketiga yang diduga mampu mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu *e-money*. Menurut (L. G. K. Dewi et al., 2021) dalam penggunaan *e-money* dapat memberikan efek kurang baik yaitu dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini dapat disebabkan karena secara psikologis pengguna *e-money* tidak merasakan mengeluarkan uang, maka akan menumbuhkan rasa ketagihan melakukan pembelanjaan berulang. Berbelanja secara berulang sebenarnya tidak selalu menimbulkan konotasi yang buruk. Dikarenakan dengan melakukan pembelanjaan berulang akan dapat membantu perekonomian khususnya jika saat melakukan belanja berulang dengan menggunakan *e-money* kepada UMKM. Sikap ini dapat bermasalah kalau mahasiswa tidak dapat mengelola keuangan, memiliki kebiasaan gila belanja tapi tidak memiliki cukup uang. Berdasarkan penelitian (Sukma & Canggih, 2021) menyatakan bahwa

perilaku konsumtif tidak dipengaruhi oleh *e-money* sedangkan menurut (L. G. K. Dewi et al., 2021) menyatakan jika perilaku konsumtif dipengaruhi positif oleh *e-money*.

E-money kini dikalangan masyarakat sangat populer. Banyak masyarakat menggunakan uang elektronik untuk melakukan transaksi sehari-hari, apalagi ditengah kondisi pandemi saat ini semakin meningkatkan transaksi dan penggunaan uang elektronik. Transaksi uang elektronik pada 2021 terdapat peningkatan yang relatif tinggi dibandingkan tahun 2020. Jumlah transaksi uang elektronik mencapai Rp 24,7 triliun pada Agustus 2021 dari hasil pencatatan Bank Indonesia (BI), hasil tersebut turun 2,5 % dari bulan Juli sebesar Rp 25,39 triliun. Juli tetap memimpin transaksi tertinggi dalam satu tahun terakhir. Kondisi pandemi saat ini mendukung peningkatan penggunaan *e-money*. Masyarakat ingin meminimalisir tertularnya covid-19 dan menyakini bahwasanya uang tunai mempunyai risiko tinggi terpaparnya covid-19 karena uang tunai selalu berpindah tangan yang belum terjamin dengan ke higienisannya.

Faktor Keempat, faktor yang diduga dapat memengaruhi perilaku konsumtif yaitu *Self Control*. (Zulaika & Listiadi, 2020) dalam penelitiannya menyatakan *self control* merupakan cara seseorang untuk mengendalikan dan mengontrol perilaku. Jika memiliki pengendalian yang tinggi seseorang akan selalu mempertimbangkan apakah keputusan membeli tersebut aktivitas pembelian yang didasari akan adanya kebutuhan atau sekedar keinginan saja. Perilaku konsumtif dapat dicegah jika seseorang tersebut memiliki pengendalian yang baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sukma & Canggih, 2021), (Irianti Asisi, 2020), (L. G. K. Dewi et al., 2021), (Tribuana, 2020), (Fariana et al., 2021), (Udayanthi et al., 2018) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi positif oleh *self control*. Berbeda dengan hasil penelitian dari (Kumalasari & Soesilo, 2019), (N. Dewi et al., 2017), (Halimatussadiyah et al., 2019), (Haryana, 2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak dipengaruhi oleh *self control*.

Hakikatnya perilaku konsumtif menaruh imbas positif dan negatif. Dampak positif yang diperoleh yaitu masyarakat mendapatkan pengalaman baru dari hasil membeli barang maupun menggunakan jasa yang sebelumnya belum pernah digunakan, serta dapat menentukan serta memperoleh barang dan jasa yang terbaik. Dampak negatif yang diperoleh yaitu mahasiswa akan membeli barang yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhannya serta menganggap bahwa barang tersebut sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan serta harga diri. Maksud adanya penelitian ini guna mengetahui bagaimana *financial literacy*, *life Style*, *e-money* dan *self control* memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Serta penelitian ini digunakan untuk mempertimbangkan apakah dari hasil riset yang sudah dilakukan dengan fakta yang terjadi di mahasiswa sesuai.

Kenyataan yang dihadapi saat ini yaitu mahasiswa memiliki gaya hidup hedonisme yang selalu *up to date* serta selalu mengikuti *trend fashion*, perkembangan *gadget*, belanja *online*, serta senang mengunjungi tempat-tempat terkenal. Demi menunjukkan status sosial maupun menambah kepercayaan diri tidak jarang banyak mahasiswa yang menggunakan barang yang bermerek yang dibandrol dengan harga yang lumayan mahal, tidak jarang juga menghabiskan waktu untuk sekedar nongkrong di *cafe* maupun jalan-jalan di *mall*. Latar belakang pendidikan ekonomi seharusnya mahasiswa mempunyai literasi keuangan yang cukup baik serta mampu manajemen keuangan. Berdasar dari penjelasan tersebut, serta dari hasil penelitian terdahulu yang memiliki banyak hasil yang tidak selaras, maka diadakannya penelitian dengan judul “PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA: SEBERAPA BESAR PERAN *FINANCIAL LITERACY*, *LIFE STYLE*, *E-MONEY*, DAN *SELF CONTROL*”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan (*Financial Literacy*)

Literasi keuangan merupakan serangkaian teknik dalam meningkatkan *knowledge* (pengetahuan), *skill* (keterampilan), serta *confidence* (keyakinan) agar dapat menata keuangan pribadi menjadi lebih baik. Individu dapat menumbuhkan *time value of money* dan memperoleh keuntungan yang semakin besar serta dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, jika individu mempunyai literasi keuangan dan pengetahuan keuangan yang akan membantu dalam mengontrol perencanaan keuangan (Asisi, Purwantoro, 2020).

Literasi keuangan adalah pengetahuan menjadi hal yang wajib individu terapkan dan pahami, sehingga individu dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Seringkali individu menghadapi situasi trade of dimana individu harus mengambil keputusan situasional dengan mengorbankan salah satu kepentingan untuk kepentingan lainnya. Individu yang memiliki keterbatasan finansial dapat mengalami stress dan menimbulkan sikap kurang percaya diri (Dilasari, 2020).

Gaya Hidup (*Life Style*)

Gaya hidup (*life style*) merupakan perilaku individu yang diungkapkan dalam bentuk minat, aktivitas dan opininya dapat dimaknai bahwa kegiatan yang dilakukan individu merupakan hal yang dipikirkan disegala hal yang terjadi sekitar seberapa besar individu peduli terhadap hal tersebut dan apa yang individu pikirkan atas dunia luar serta dirinya sendiri. Gaya hidup dapat menimbulkan adanya permintaan terhadap produk barang maupun layanan jasa, maupun aktivitas yang dilakukan secara individu dapat membentuk pola pergaulan yang dilalui. *Life style* juga menunjukkan pola-pola aktivitas individu yang dapat membedakan satu dengan yang lainnya (Santhish, Rajoman, 2012 dalam Dilasari, Mulyati, dan Kurniawan, 2020).

Gaya hidup yaitu perilaku individu yang dapat digambarkan dari bagaimana individu tersebut hidup, membelanjakan uang dan melakukan aktivitas untuk memanfaatkan yang dimiliki dengan baik. Tujuannya sebagai sarana untuk menilai status sosial serta menambah kepercayaan diri (Haryana, 2020). *Life Style* menurut Kotler dan Keller (2016) merupakan salah satu faktor pendukung dalam melakukan perilaku konsumtif, aktivitas dan pendapat saat berinteraksi dengan lingkungan sekitar serta minat dapat mencerminkan gaya hidup individu (dalam Zahra, Anoraga, 2021).

Uang Elektronik (*E-money*)

Tanggal 13 April telah disahkan serta disusun mengenai peraturan *e-money* oleh BI (Bank Indonesia) dengan No. 11/12/PBI/2009. Terbitnya peraturan ini didasari adanya alat pembayaran elektronik yang semakin berkembang, maraknya penerbitan alat pembayaran oleh lembaga bukan bank, serta digunakan untuk meningkatkan keamanan dan kelancaran dalam menggunakan *e-money* bagi pengguna maupun penyelenggara. Berdasarkan peraturan BI yang dimaksud dari *e-money* merupakan alat pembayaran yang terdapat unsur seperti:

- a. *E-money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang telah disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b. *Chip* atau *server* menjadi media yang digunakan untuk menyimpan nilai uang *e-money* dalam bentuk elektronik.
- c. *E-money* dapat digunakan pemegang sebagai alat transaksi kepada penjual, meskipun penjual tersebut bukan penerbit *e-money*.
- d. Nilai *e-money* yang disetorkan pemegang akan dikelola penerbit, nilai uang pada *e-money* bukan simpanan seperti halnya di bank yang dimaksud dalam undang-undang. (Dewi, Herawati, dan Adiputra, 2021).

Dompot digital menjadi salah satu penyumbang perkembangan teknologi yang begitu pesat di dalam bidang teknologi informasi. *E-wallet* saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat karena kemudahan, keamanan, mafaat serta keefektifan yang ditawarkan oleh *e-money* sehingga menjadikan mahasiswa lebih mudah dalam membelanjakan uang (Rahmadhani, 2019 dalam Fariana et.al. 2021).

Kontrol Diri (*Self Control*)

Rotter (1966) adalah seorang ahli dalam pembelajaran sosial yang pertama kali yang mengajukan konsep tentang *locus of control* (*LOC*). Perpektif pribadi tentang apa yang terjadi padanya adalah pengertian dari *locus of control*. Orientasi pada *locus of control* dapat dibedakan menjadi dua, antara lain *Locus of control* internal yang mendasarkan pada individu yang percaya bahwa keberhasilan, hasil dan kegagalan merupakan pencapaian dari perbuatan dan upaya individu sendiri, sedangkan *locus of control* eksternal berdasarkan pada keyakinan bahwa keyakinan, peruntungan manajer, supervisor, organisasi dan hal-hal yang lainnya dapat menjadi lebih kuat dalam membuat keputusan tentang kehidupan dan pencapaian hasil dari individu (Dilasari, 2020).

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan emosi, pikiran, tekanan atau bahkan perilaku individu sendiri (Ghufron, Rini, 2011 dalam Haryana, 2020). Pengendalian diri yaitu usaha individu dalam mengendalikan perilaku, mengendalikan kognisi dan mengendalikan keputusan. Individu dapat mempertimbangkan dalam pembelian, apakah yang dibeli benar-benar dibutuhkan atau hanya sekedar memenuhi keinginan jika individu tersebut mempunyai tingkat kontrol diri yang tinggi (Asisi, Purwaantoro, 2020).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu individu yang melakukan pembelian produk maupun jasa tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu atau pembelian yang dilakukan bukan atas dasar kebutuhan, seperti halnya individu yang membeli produk karena terdapat penawaran *reward*, atau produk tersebut banyak digunakan maka individu ingin membeli (Haryani dan Herwanto, 2015 dalam Dewi, Herawati, dan Adiputra, 2021). Perilaku konsumtif merupakan individu yang melakukan pembelian produk karena adanya ingin untuk memiliki dan tidak berdasarkan atas kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan kecondongan individu dalam melakukan pembelian tanpa terbatas, membeli produk maupun jasa tidak terencana atau secara berlebihan (Chtita, David, Oali, 2015 dalam Dilasari, 2020).

Perilaku konsumtif adalah individu tidak lagi menjadikan kebutuhan menjadi prioritas utama melainkan keinginan yang lebih dipentingkan dan terlebih dahulu dipenuhi. Individu yang dapat mengelola keuangan dengan baik maka dapat menghindari adanya perilaku konsumtif (Tribuana, 2020). Perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang secara berlebihan dalam mengkonsumsi jasa maupun barang yang terpengaruh dari beberapa faktor sosiologis dari diri individu dalam melakukan kegiatan (Aprilia, Hartono, 2014 dalam Tribuana, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi menjadi tempat untuk dilakukannya penelitian ini dengan menggunakan 1.902 mahasiswa prodi manajemen dan akuntansi sebagai populasi. Total sampel yang akan digunakan sebesar 330 mahasiswa diporeleh berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin. Penelitian menggunakan metode kuantitatif serta data primer yang berguna untuk sumber data penelitian. Penelitian ini memakai kuesioner untuk pengambilan data secara online meggunakan google formulir yang terdapat pertanyaan tentang *financial literacy*, *Life style*, *e-money*, *self control* dan perilaku konsumtif.

Instrumen data yang digunakan yaitu uji validitas serta reliabilitas. Penelitian ini memakai uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastitas sebagai alat analisisnya. Penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, serta menggunakan uji t dan uji f guna melakukan uji hipotesis. Uji t berguna untuk mendapati pengaruh dari variabel independent (*financial literacy*, *life style*, *e-money* dan *self control*) terhadap variabel dependent (perilaku konsumtif). Sedangkan uji f berguna untuk mengetahui pengaruh dari variabel *financial literacy*, *life style*, *e-money*, dan *self control* terhadap variabel perilaku konsumtif secara simultan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

A. Uji Instrumen Data

Pengujian validitas item pertanyaannya dapat dikatakan valid jika hasil dari *person correlate* lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , dan berdasarkan pengujian validitas menyatakan bahwa nilai korelasi pada pertanyaan butir pertama sebesar 0,585 dan berdasarkan hasil nilai *person correlate* melebihi nilai r_{tabel} yang sebesar 0,108 sehingga pertanyaan butir pertama bisa dikatakan valid untuk digunakan dalam penelitian ini, begitupun dengan 25 butir pertanyaan lainnya.

Tabel 2.
Hasil uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbac'h Alpha</i>
<i>Financial Literacy</i>	0,688
<i>Life Style</i>	0,763
<i>E-Money</i>	0,767
<i>Self Control</i>	0,704
Perilaku Konsumtif	0,739

Sumber: data pengolahan, 2021

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas nilai dari *Cronbach's Alpha* pada variabel *financial literacy* yaitu sebesar 0,688, sehingga dapat dinyatakan untuk item variabel *financial literacy* beserta variabel lainnya bisa dinyatakan reliabel. Dalam pengujian reliabilitas semua dikatakan reliabel karena nilai dari *Cronbac'h Alpha* melebihi besaran nilai r_{kritis} yaitu 0,60.

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
Asymp.Siq. (2-tailed)	0,200

Sumber: data pengolahan, 2021

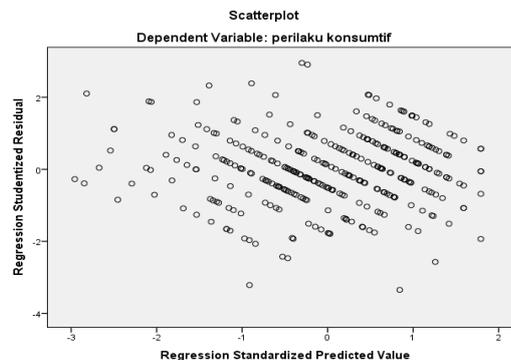
Setelah dilakukannya pengujian normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* didapat hasil sebesar 0,200 untuk *Asymp.Siq.* Data yang digunakan dalam penelitian berdasarkan pengujian dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi melebihi 0,05.

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Financial Literacy</i>	0,616	1,625
<i>Life Style</i>	0,602	1,662
<i>E-Money</i>	0,585	1,709
<i>Self Control</i>	0,762	1,312

Sumber: data pengolahan,2021

Setelah dilakukannya pengujian Multikolinearitas dapat di ketahui bahwa antar variabel bebas tidak menunjukkan adanya korelasi, Tabel 4. menerangkan bahwa nilai *tolerance* variabel *Financial Literacy*, *Life Style*, *E-Money*, dan *Self Control* melebihi 0,10 serta hasil VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan variabel independent tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.



Gambar 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas menggambarkan titik-titik tersebar secara random sepanjang garis Y serta pada angka 0. Sehingga bisa disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, maka regresi ini layak digunakan dalam melakukan prediksi variabel bebas berdasarkan variabel terikat.

Tabel 5.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandarized coefficients	
	B	Std.Error
(Constant)	2,110	,960
<i>Financial Literacy</i>	,079	,046
<i>Life Style</i>	,227	,044
<i>E-money</i>	,205	,045
<i>Self Control</i>	,368	.037

Sumber: data pengolahan,2021

Berdasarkan analisis di peroleh persamaan $Y=2,110+0,79X_1+0,227X_2+0,205X_3+0,368X_4+ e$.

Pengertian berdasarkan hasil persamaan regresi yang diperoleh yaitu: Konstanta sebesar 2,110 menerangkan bahwa konstanta tersebut bernilai positif serta memiliki arti apabila *financial literacy*, *life style*, *e-money*, dan *self style* memiliki nilainya 0, maka perilaku konsumtif memiliki nilai positif sebesar 2,110. Berdasarkan pengujian regresi didapat nilai koefisien positif sebesar 0,079 untuk *financial literacy*. Menunjukkan perilaku konsumtif akan dipengaruhi positif sebesar 0,079 jika *financial literacy* terjadi kenaikan sebesar satu satuan, dengan asumsi ini tidak ada penelitian untuk variabel lainnya. Berdasarkan pengujian regresi didapat nilai koefisien positif sebesar 0,227 untuk *life style*. Menunjukkan perilaku konsumtif akan dipengaruhi positif sebesar 0,227 jika *life style* terjadi kenaikan sebesar satu satuan, dengan asumsi ini tidak ada penelitian untuk variabel lainnya. Berdasarkan pengujian regresi didapat nilai koefisien positif sebesar 0,205 untuk *e-money*. Menunjukkan perilaku konsumtif akan dipengaruhi positif sebesar 0,205 jika *e-money* terjadi kenaikan sebesar satu satuan, dengan asumsi ini tidak ada penelitian untuk variabel lainnya. Berdasarkan pengujian regresi didapat nilai koefisien positif sebesar 0,368 untuk *self control*. Menunjukkan perilaku konsumtif akan dipengaruhi positif sebesar 0,079 jika *self control* terjadi kenaikan sebesar satu satuan, dengan asumsi ini tidak ada penelitian untuk variabel lainnya.

Tabel 7.
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T	Sig.
<i>financial literacy</i>	1,741	,083
<i>life style</i>	5,147	,000
<i>e-money</i>	4,578	,000
<i>self control</i>	9,890	,000

Sumber: data pengolahan, 2021

Hipotesis pertama, hasil dari Uji Parsial (Uji t) menyatakan jika nilai signifikansi perilaku konsumtif (Y) yang dipengaruhi oleh *financial literacy* (X1) yaitu $0,83 < 0,05$ serta besaran $t_{hitung} 1,741 < nilai t_{tabel} 2,256$ sehingga H_01 diterima dan H_{a1} ditolak, sehingga dapat dikatakan perilaku konsumtif mahasiswa tidak dipengaruhi oleh *financial literacy*.

Hipotesis kedua, hasil dari Uji Parsial (Uji t) menyatakan jika nilai signifikansi perilaku konsumtif (Y) yang dipengaruhi oleh *life style* (X1) yaitu $0,00 < 0,05$ serta besaran $t_{hitung} 12,752 < nilai t_{tabel} 2,256$ sehingga H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat dinyatakan perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh *life style*.

Hipotesis ketiga, hasil dari Uji Parsial (Uji t) menyatakan jika nilai signifikansi perilaku konsumtif (Y) yang dipengaruhi oleh *e-money* (X1) yaitu $0,00 < 0,05$ serta besaran $t_{hitung} 12,591 < nilai t_{tabel} 2,256$ maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh *e-money*.

Hipotesis keempat, hasil dari Uji Parsial (Uji t) menyatakan jika nilai signifikansi perilaku konsumtif (Y) yang dipengaruhi oleh *self control* (X1) yaitu $0,00 < 0,05$ serta besaran $t_{hitung} 12,591 < nilai t_{tabel} 2,256$ maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh *self control*.

Tabel 8.
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	106,086	,00 ^b

Sumber: data pengolahan, 2021

Setelah dilakukannya pengujian secara simultan dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 106,086 dengan F_{tabel} 2,632 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$. Berdasarkan pengujian *Sig.* Nilainya yaitu 0,00 dengan nilai probabilitas 0,05 maka nilai $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima. Maka berdasarkan pengujian secara simultan *financial literacy*, *life style*, *e-money* dan *self control* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif.

Besaran nilai R^2 (*R Square*) setelah dilakukannya pengujian yaitu 0,566 atau dalam persen sebesar 56,6%. Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui jika besaran kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent hanya sebesar 56,6%. Variabel yang digunakan untuk penelitian ini hanya mampu mempengaruhi sebesar 56,6% dan sisanya perilaku konsumtif dipengaruhi dari variabel lainnya sebesar 43,3%

4.2 Pembahasan

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif

Setelah dilakukan penelitian diketahui jika perilaku konsumtif tidak dipengaruhi *financial literacy*. Hal ini menunjukkan tingkat konsumtif pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta tidak bisa dipengaruhi oleh baik buruknya pemahaman akan *financial literacy* yang dimiliki mahasiswa. Sikap ini dikarenakan mahasiswa akan tetap melakukan pembelanjaan meskipun mereka memiliki *financial literacy* yang baik. Hal ini disebabkan karena mahasiswa harus melakukan pemenuhan kebutuhan juga keinginan mereka, Tetapi juga tidak dapat dipungkiri jika mahasiswa tersebut memiliki *life style* yang tinggi.

Pengaruh *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumtif

Setelah dilakukan penelitian didapatkan hasil jika perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel *life style*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dapat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya gaya hidup. Mahasiswa akan memiliki sikap perilaku konsumtif yang tinggi jika mahasiswa tersebut memiliki gaya hidup yang tinggi begitupun sebaliknya. Dilihat dari jawaban responden menyatakan bahwa mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta memiliki gaya hidup yang tinggi, didukung dengan sikap mahasiswa yang mengikuti perkembangan jaman dan selalu mengikuti trend yang ada dengan melakukan pembelanjaan barang-barang terbaru dan juga branded. Mahasiswa selalu beranggapan jika mereka menggunakan barang yang branded, maka mereka akan merasa jika status sosial mereka dianggap tinggi dan berkelas serta kepercayaan diri mereka juga akan naik.

Pengaruh *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian dapat dinyatakan jika perilaku konsumtif mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta dapat dipengaruhi *e-money*. Hal ini menunjukkan bahwa sedikit banyaknya penggunaan *electronic money* maka mampu mempengaruhi penurunan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa akan memiliki sikap perilaku konsumtif yang tinggi jika mahasiswa tersebut sering dalam penggunaan *e-money* begitupun sebaliknya. Dilihat dari jawaban responden menyatakan bahwa mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta banyak yang menggunakan *e-money* bahkan ada yang menggunakan *e-money* lebih dari satu dimana dengan ini maka akan mendukung adanya sikap konsumtif mahasiswa.

Pengaruh *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif

Setelah dilakukan penelitian didapatkan hasil jika perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel *self control*. Maka dengan ini tinggi rendahnya kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan penelitian menyatakan mahasiswa akan memiliki sikap perilaku konsumtif yang tinggi jika mahasiswa tersebut memiliki *self control* yang tinggi begitupun sebaliknya. Hal ini bertolak belakan dengan adanya teori yang ada, maka

dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki kontrol diri yang cukup baik, dan mahasiswa memiliki pengendalian diri tetapi jika tidak di implementasikan dalam kehidupan pribadi mahasiswa. Pada dasarnya mahasiswa tersebut memang memiliki gaya hidup yang tinggi serta suka berbelanja dan mudah goyah dengan pemberian diskon pada produk sehingga mahasiswa tersebut akan berperilaku konsumtif.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Mengacu dari hasil penelitian sehingga dapat disimpulkan bahwasanya secara parsial variabel *life style*, *e-money* dan *life style* berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Surakarta. Secara parsial variabel *financial literacy* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Surakarta. Secara bersamaan Variabel *financial literacy*, *life style*, *e-money* dan *self control* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa STIE Surakarta serta variabel bebas dapat menggambarkan sebesar 56,6 % pengaruhnya terhadap variabel terikat dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian terdapat saran yang diharapkan agar mahasiswa dapat mengelola perilaku konsumtif sebagai berikut: 1) Mahasiswa seharusnya lebih mementingkan kebutuhan dari pada keinginan, lebih memperbanyak kegiatan yang bermanfaat seperti meningkatkan skill dari pada menggunakan waktu luang untuk bermain dan berjalan-jalan, memperbaiki *mindset* bahwa produk branded dan mahal belum tentu memiliki kualitas produk yang bagus. 2) Mahasiswa diharapkan bijak dalam menggunakan *e-money* serta tidak tergiur dengan adanya penawaran *cashback* serta *discout* saat melakukan transaksi dimana hal ini dapat meningkatkan sikap konsumtif. 3) Mahasiswa seharusnya dapat mengendalikan diri mereka agar tidak melakukan pembelanjaan yang bukan menjadi prioritas kebutuhan. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya mampu menambah objek maupun sampel agar bisa memberikan gambaran serta cakupan yang lebih luas. Penelitian hanya terfokus pada *financial literacy*, *life style*, *e-money*, *self control* serta perilaku konsumtif, sehingga penelitian selanjutnya dimohon untuk menambahkan variabel yang tidak digunakan di penelitian ini dan diduga mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini mengalami keterbatasan dalam pengumpulan data karena responden hanya mahasiswa STIE Surakarta angkatan 2018 – 2021 sehingga belum menggambarkan perilaku konsumtif mahasiswa di Indonesia. Adanya pandemi covid-19 dan kebijakan pemerintah yang mengharuskan mahasiswa melakukan pembelajaran secara daring membuat pengumpulan data penelitian ini sebatas memakai instrumen kuesioner secara *online* dengan hanya memanfaatkan sosial media.

REFERENSI

- Astiningrum, R. (n.d.). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS*. 352–359.
- Budiyono, M. T. I., Muliawati, D., & Putri, S. A. R. (2021). An analysis of customer satisfaction levels in islamic banks based on marketing mix as a measurement tool. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 2004-2012.
- 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 St. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.

- Dilasari. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. (*Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*), 1(4), 74–87.
- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02). <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>
- Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior through Self-Control of Unisnu FEB College Students Jepara. *Journal of Economic Education*, 8(1), 75–80. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29–36. www.apjii.or.id
- Irianti Asisi, P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>
- 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. <https://doi.org/10.17977/UM014v12i12019p061>
- Prastiwi, I. E., & Anik, A. (2020). The impact of credit diversification on credit risk and performance of Indonesian banks. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 8(1), 013-021.
- Sukma, M. N., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 209–215. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1570>
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(01), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 9(2), 195–208.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>
- Zulaika, M. D. Si., & Listiadi, A. (2020). *Literasi Keuangan, Uang Saku, Kontrol Diri, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa*. 8(2), 137–146. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>