



APAKAH LITERASI KEUANGAN MAMPU MEMPERLEMAH PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA?

Anna Kania Widiatami¹

Afrida Kunti Fatimatuzzahro²

Dwi Puji Astuti³

Saringatun Mudrikah⁴

¹Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

Email : kania@mail.unnes.ac.id

²Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

Email : afridakunti05@students.unnes.ac.id

³Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

Email : dpastuti@mail.unnes.ac.id

⁴Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

Email : saringatunmudrikah@mail.unnes.ac.id

Diterima: 5 September 2023

Direview: 8 September 2023

Dipublikasikan: 6 November 2023

Abstract

Excessive consumptive behavior has a negative impact on students, such as a hedonic lifestyle, an uncontrollable shopping appetite and a tendency to have no savings in the future. The purpose of this study was to analyze the effect of using e-wallets, lifestyle, and family economic conditions on consumptive behavior with financial literacy as a moderating variable. The research population was 115 students of the Faculty of Economics and Business UNNES Bachelor of Economics and Accounting Education class of 2019. The sample was calculated using the Slovin formula so that a total of 89 students were obtained. The sampling technique used is simple random sampling or random sampling. Research data was collected using a questionnaire with the help of google form. The data analysis technique used is descriptive analysis and PLS Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The conclusion of this study is that the use of e-wallets and lifestyle have a positive and significant effect on consumptive behavior. The family's economic situation has no effect on consumptive behavior and financial literacy cannot weaken the relationship between e-wallet use, lifestyle and family economic conditions on consumptive behavior.

Keywords: E-Wallet, Lifestyle, Family Economic Situation

Abstrak

Perilaku konsumtif yang berlebihan dampak menimbulkan dampak negatif bagi mahasiswa yaitu seperti gaya hidup menjadi hedonis, nafsu belanja tidak bisa dikontrol dan cenderung tidak mempunyai tabungan di masa depan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet*, gaya hidup, dan keadaan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian adalah Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNNES angkatan 2019 sebanyak 115 mahasiswa. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sehingga didapatkan sebanyak 89 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan bantuan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) PLS. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Keadaan ekonomi keluarga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan literasi keuangan tidak dapat memperlemah hubungan penggunaan *e-wallet*, gaya hidup dan keadaan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: E-Wallet, Gaya Hidup, Keadaan Ekonomi Keluarga

PENDAHULUAN

Generasi milenial sering dianggap sebagai generasi yang kreatif dan berani dalam mengambil resiko. Generasi ini juga memiliki banyak ide yang menarik sehingga membentuk karakter yang produktif namun di lain sisi generasi milenial dikenal sebagai orang sangat konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang mempengaruhi kehidupan masyarakat ke arah yang lebih mewah dan berlebihan. Perilaku konsumtif menimbulkan biaya yang tinggi untuk pemenuhan keinginan bukan pemenuhan kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan bisa dilakukan dengan membeli langsung ke tempat atau dengan cara memanfaatkan teknologi. Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman dunia teknologi dan informasi juga ikut berkembang pesat, salah satunya adalah penggunaan sistem pembayaran elektronik seperti *e-wallet* atau dompet digital. Penggunaan dompet digital dikenal memberi kemudahan pembayaran *cashless* atau non tunai. *E-wallet* menawarkan metode pembayaran yang praktis, aman dan dapat dilakukan dimana saja. Data pertumbuhan kartu kredit yang dirilis oleh Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) pada tanggal 12 Agustus 2022 menyebutkan bahwa jumlah transaksi kartu kredit di Indonesia pada awal tahun sebanyak 133 juta transaksi. Hal tersebut terjadi penurunan sebesar 51 persen daripada jumlah transaksi kartu kredit pada tahun lalu yang menembus angka 277 juta transaksi. Hal tersebut terjadi karena semakin banyaknya penggunaan transaksi *cashless* atau non tunai, seperti penggunaan *e-wallet* dan *Buy Now Pay Later* (CNBC Indonesia, 2022).

Menurut riset yang dilakukan oleh Lembaga Jakpat pada 23 Desember 2021 diperoleh hasil yaitu dari 2.496 responden terbukti sekitar 68 persen pengguna dompet digital adalah kalangan milenial. Sementara itu untuk pengguna usia diatas 35 tahun hanya sebanyak 28 persen. Pengguna dompet digital banyak melakukan pembayaran non tunai untuk berbagai kebutuhan antara lain untuk *top up*, pembelian data, *online shopping*, pembayaran produk, dan pembelian makanan pesan antar. Generasi milenial sangat berani mengambil resiko untuk menggunakan layanan pembayaran non muka atau utang secara online seperti Go Pay Later, Shopee Pay Later dan lainnya. Fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) makin diminati semenjak pandemi Covid-19. Penelitian lain juga dilakukan DailySocial, mengenai penggunaan fitur BNPL paling banyak adalah penggunaan Shopee Pay Later sebesar 78,4% sepanjang tahun 2021 (Adisty, 2022). Alasan generasi milenial lebih menggunakan fitur ini adalah bisa mendapatkan barang tanpa mengeluarkan biaya besar sekaligus. Banyak kelebihan yang ditawarkan pada fitur ini seperti pemberitahuan angsuran setiap bulan, tidak membebankan bunga terhadap pelanggan, dan fitur tersebut sudah ditautkan ke rekening pelanggan sehingga otomatis akan ditarik ketika jatuh tempo (CNN Indonesia, 2018). Persyaratan yang diberikan untuk mendaftar *pay later* juga mudah yaitu hanya menggunakan foto KTP dan rekening fitur *Pay Later* bisa digunakan. Melonjaknya penggunaan dompet digital atau *e-wallet* terjadi karena pemenuhan keinginan dan gaya hidup yang hedonisme sehingga menyebabkan perilaku konsumtif.

Dampak *paylater* yang terlihat pada masa terdekat seperti munculnya tren seperti tren *fashion* memperkuat seseorang kian membeli suatu barang tanpa direncanakan dahulu. Penyediaan barang yang melimpah dan berbagai pilihan membuat masyarakat mudah tertarik untuk memiliki dan mengkonsumsi barang yang diinginkan walaupun hal tersebut memiliki dampak negatif dan positif. Zaman sekarang orang beranggapan akan malu jika tidak mengikuti sesuatu yang menjadi perbincangan dan akan di cap sebagai seseorang yang ketinggalan zaman atau tidak *up to date*. Mereka merelakan uang yang dimiliki untuk membeli barang yang sedang tren padahal barang tersebut tidak dibutuhkan. Kegiatan tersebut akan berdampak bagi seseorang kedepannya dimana perilaku seseorang akan berubah menjadi pribadi yang boros, tidak puas dan tidak bisa mengontrol dirinya. Pola konsumsi yang terjadi pada usia remaja merupakan fase dalam pencarian jati diri, hal tersebut bisa menjadikan remaja untuk meniru segala bentuk aktivitas yang terjadi di lingkungannya. Pada penelitian ini penulis menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Consumer Behavior Theory*. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model penerimaan teknologi informasi yang digunakan oleh pengguna. Model ini diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. *Consumer Behavior Theory* atau teori perilaku konsumen merupakan teori yang dikembangkan oleh William J. Stanton pada tahun 1981. Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang ada seperti waktu, uang, tenaga dan energi (Hastutik et al, 2021). Peneliti menggunakan teori TAM dan teori perilaku konsumen untuk memecahkan masalah yang ditemukan peneliti mengenai perilaku konsumtif.

Menurut Mulyodiharjo (2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional melainkan karena keinginan yang sudah tidak mencapai taraf tidak rasional lagi. Akibat dari perilaku konsumtif mereka membelanjakan uangnya untuk mendapatkan barang-barang yang menjadi simbol keistimewaan. Fenomena perilaku konsumtif ini dipengaruhi beberapa hal seperti *lifestyle*, *financial literacy* and *social demographics* (Zahra & Anoraga, 2021). Selain itu perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik yang sangat digandrungi oleh kaum milenial. Hal ini terjadi karena penggunaan atau pembayaran non tunai memiliki kemudahan dan kecepatan sehingga penggunaannya semakin meningkat dan pengeluaran konsumsinya semakin meningkat dan menyebabkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Insana & Johan, 2021). Hal tersebut terjadi karena munculnya sifat yang tidak baik dan biasanya beranjak dari lingkungan terdekat yaitu lingkungan keluarga. Keluarga menjadi awal pembentukan perilaku anak sehingga anak bisa membedakan mana yang sesuai kebutuhan berdasarkan prinsip rasional (Novitasari & Septiana, 2021). Perilaku konsumtif dapat muncul karena beberapa faktor seperti penggunaan dompet digital atau *e-wallet*. Dompet digital atau sering dikenal dengan *e-wallet* adalah aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara online. dompet digital dapat digunakan dengan cara menginstal aplikasi di *smartphone*, pengguna bisa menyimpan uang dengan menautkan langsung ke rekening. Adanya persepsi manfaat dan kemudahan dalam penggunaan dompet digital sebagai alasan mengapa masyarakat Indonesia saat ini menggunakan metode ini (Nelyumna et al., 2022). Penggunaan uang elektronik yang meningkat dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada seseorang. Penggunaan pembayaran non tunai menyebabkan peningkatan pengeluaran karena penggunaan uang elektronik yang mudah dan cepat sehingga penggunaannya semakin tinggi (Insana & Johan, 2021).

Faktor selain penggunaan *e-wallet*, gaya hidup juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Seiring berjalannya zaman akan merubah semua aspek kehidupan termasuk gaya hidup manusia. Gaya hidup adalah pola seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan kebiasaan dalam membelanjakan uang dan cara mengalokasikan waktu (Zahra & Anoraga, 2021). Pada hakikatnya perkembangan zaman dan teknologi berkaitan erat dengan gaya hidup. Berkembangnya teknologi semakin canggih akan berdampak dengan gaya hidup sehari-hari. Gaya hidup yang tidak sesuai seperti mengikuti trend atau *booming* menyebabkan munculnya perilaku konsumtif. Terkadang tujuan mengikuti tren untuk menambah kepercayaan diri dalam pergaulan dan sebagai penilaian status sosial (Haryana, 2020). Semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang mencerminkan semakin tinggi kelas sosial. Hal tersebut dapat dilihat banyak orang yang ingin menggunakan barang *branded*. Hal tersebut jika terjadi secara berlebihan akan mempengaruhi perilaku konsumtif (Fitria, 2018). Gaya hidup juga dapat dilihat dengan orang yang suka mengisi waktu luangnya dengan berbelanja, berkumpul di kafe, belanja di media online, dan pergi ke pusat perbelanjaan untuk menghabiskan uang dan waktunya (Zahra & Anoraga, 2021).

Selanjutnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah lingkungan ekonomi keluarga. Lingkungan ekonomi keluarga merupakan keadaan antara kondisi ekonomi dan kedudukan sosial yang berkaitan dengan pekerjaan dan penghasilan kedua orang tua. Keadaan ekonomi keluarga akan sangat berpengaruh dengan perilaku seseorang. Harefa (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi kondisi ekonomi keluarga akan mempengaruhi juga konsumsi seseorang dan semakin rendah kondisi ekonomi keluarga juga memungkinkan rendahnya konsumsi seseorang. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fittari et al., 2020) bahwa variabel kondisi ekonomi keluarga berpengaruh positif dan signifikan. Hakikatnya status sosial ekonomi keluarga akan menjadi bagian terpenting untuk perilaku anak kedepannya, khususnya dalam perilaku ekonomi anak. Penelitian yang dilakukan oleh Yayah (2015) memperoleh hasil bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua dan teman sebaya berpengaruh positif sebesar 87,6% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa yang disebabkan oleh penggunaan *e-wallet*, gaya hidup dan keadaan ekonomi masih menjadi perdebatan di kalangan akademisi. Penggunaan *e-wallet* belum tentu menjadi pemicu utama terjadinya perilaku konsumtif (Achir & Kusumaningrum, 2021). Penggunaan *e-wallet* tidak meningkatkan perilaku konsumtif karena terbukti menurunkan minat masyarakat dalam pembayaran online (Nelyumna et al, 2022). Selain itu, gaya hidup terbukti berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Risnawati et al, 2018; Belle, 2021). Hasil penelitian yang mengatakan keadaan ekonomi keluarga dapat mempengaruhi perilaku keuangan seorang anak juga berbanding terbalik dengan hasil penelitian Tanri et al. (2022); Dewi &

Listiadi (2021) dan Taufik & Kurniawati (2020). Status sosial ekonomi tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan anak (Dewi & Listiadi, 2021). Orang tua yang memiliki ekonomi rendah lebih banyak mengajarkan anaknya untuk menabung dan mengelola keuangan dengan baik (Tanri et al, 2022). Oleh sebab itu, status sosial ekonomi bukanlah faktor mutlak dalam perkembangan perilaku konsumtif anak (Taufik & Kurniawati, 2020).

Perilaku konsumtif yang sangat tinggi bisa dilakukan oleh semua orang termasuk kalangan mahasiswa. Perilaku konsumtif yang tinggi apabila tidak diberikan pengendali akan berdampak buruk bagi orang yang berperilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan faktor eksternal yang berkaitan dengan pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang. Literasi keuangan yang tinggi dijadikan pertimbangan untuk membuat keputusan bertindak sehingga perilaku konsumtif seseorang bisa dicegah atau diminimalisir. Menurut Arianti (2020) literasi keuangan merupakan kombinasi dari kemampuan individu, pengetahuan, sikap dan akhirnya perilaku individu berhubungan dengan uang. Literasi keuangan sangat erat dengan pengelolaan keuangan. Jika seorang individu mempunyai literasi keuangan yang rendah maka pengetahuan tentang keuangan akan mempengaruhi dalam pembuatan keputusan. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu et al (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap akses keuangan. Selain itu literasi keuangan juga secara signifikan memoderasi hubungan antar akses keuangan dengan pertumbuhan UMKM. Semakin seseorang mengerti tata cara mengelola keuangan dengan baik maka seseorang tersebut akan lebih berhati-hati dalam menggunakan uangnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-wallet*, gaya hidup dan keadaan ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu penelitian ini juga ingin mengetahui apakah literasi keuangan mampu memperlemah perilaku konsumtif mahasiswa dari pengaruh penggunaan *e-wallet*, gaya hidup dan keadaan ekonomi. Kebaharuan dalam penelitian ini adalah pengujian pada model penelitian dengan variabel independen berupa penggunaan *e-wallet*, gaya hidup dan keadaan ekonomi terhadap variabel dependen berupa perilaku konsumtif mahasiswa dengan menyertakan variabel moderasi berupa literasi keuangan. Penelitian mengenai literasi keuangan sebagai variabel moderasi masih jarang dilakukan, sehingga hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi perkembangan teoritis pada peran literasi keuangan dalam menurunkan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Pada penelitian ini menggunakan dua teori sebagai landasan teori penelitian yaitu *Technologu Accptance Model* (TAM) dan Teori Perilaku Konsumen. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model penerimaan teknologi informasi yang digunakan oleh pengguna. Model ini diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. TAM dikembangkan dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishben pada tahun 1980. TAM mempunyai tujuan untuk memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang ada dalam perilaku pengguna teknologi dalam menerima teknologi itu sendiri (Ma & Liu, 2004). TAM juga menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan atau keperluan, penggunaan aktual dari pengguna sistem informasi. *Consumer Behavior Theory* atau teori perilaku konsumen merupakan teori yang dikembangkan oleh William J. Stanton pada tahun 1981. Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang ada seperti waktu, uang, tenaga dan energi (Hastutik et al, 2021). Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2016). Perilaku konsumen adalah tindakan langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini (Engel et al., 1995).

Perilaku Konsumtif

Menurut Lestarina et al (2017) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang bukan untuk mencukupi kebutuhan hidupnya tetapi untuk memenuhi keinginannya yang dilakukan secara berlebihan sehingga timbul pemborosan dan inefisiensi biaya. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis dalam kehidupannya yang ditunjukkan dengan mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan yang tidak terencana (Insana

& Johan, 2021). Perilaku konsumtif dimana konsumen tidak bisa membedakan antara kebutuhan dengan keinginan. Menurutnya kebutuhan yang dipenuhi bukan kebutuhan utama melainkan kebutuhan yang mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru tanpa berpikir apakah itu perlu dilakukan atau tidak dilakukan (Swastha & Handoko, 2000). Menurut Mulyodiharjo (2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional melainkan karena keinginan yang sudah tidak mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif masyarakat sekarang ini lebih condong ke dalam emosional motif, konsumtif yang dilakukan untuk membentuk identitas diri yang pada akhirnya membentuk suatu gaya hidup pada kelompok tertentu (Risnawati et al., 2018).

Penggunaan E-Wallet

Menurut Pasal 1 ayat 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *Electronic Wallet* atau Dompot Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Menurut Achir & Kusumaningrum (2021) *E-Wallet* adalah kartu yang dibuat untuk memudahkan dan mempercepat transaksi elektronik. Menurut Rahmawati & Yuliana (2020) *electronic wallet* atau *e-wallet* merupakan aplikasi atau fitur layanan yang dikembangkan oleh bank untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi atau pembayaran non-tunai, dengan adanya layanan *e-wallet* uang tunai akan berkurang serta akan menciptakan kesadaran masyarakat untuk menggunakan uang non tunai daripada tunai.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam hal aktivitas, minat dan opininya (Haryana, 2020). Gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan keputusan dan perilaku konsumen terutama dalam keputusan membeli suatu produk sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang terbentuk pada masyarakat (Risnawati et al., 2018). Keputusan pembelian seorang individu sangat dipengaruhi oleh gaya hidup, seperti menggunakan brand yang digemari individu tersebut ataupun lingkungan sekitar (Mustofa et al., 2023). Menurut (Adiwidjaja & Tarigan, 2017) gaya hidup mendorong individu untuk melakukan pemenuhan kebutuhan serta sikap individu dalam mempengaruhi aktivitas dan penggunaan produk dalam proses pengambilan keputusan dalam membeli produk. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dilakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu (Susanto, 2013).

Keadaan Ekonomi Keluarga

Status sosial ekonomi merupakan keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki (Yayah, 2015). Status sosial ekonomi sebagai pengelompokan orang yang berdasarkan karakteristik pekerjaan, pendidikan, dan ekonomi. Keluarga menjadi sumber pertama dan utama bagi anak untuk perkembangan pola pikir dan lingkungan ekonominya. Sehingga hal tersebut bisa membentuk sikap dan nilai diri anak terhadap berbagai aspek termasuk pada aspek ekonomi (Novitasari & Septiana, 2021). Menurut Tanri et al (2022) tingkat ekonomi keluarga merupakan total pendapatan yang diperoleh orang tua dalam jangka tertentu untuk membiayai kebutuhan keluarga mereka. Jika tingkat kekayaan suatu keluarga tinggi harus bisa mengatur keuangan dengan sangat baik. Menurut Romadloniyah & Setiaji (2020) mengatakan bahwa orang tua yang berpenghasilan cukup atau bahkan tinggi, anak-anak cenderung menjalani kehidupan atau gaya hidup yang tinggi juga. Sedangkan anak-anak yang orang tuanya berpenghasilan rendah akan menjalani hidup dengan sederhana.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK Revisit, 2017). Menurut Haryana (2020) literasi keuangan merupakan kemampuan dari setiap individu dalam membuat penilaian informasi serta mengambil keputusan secara efektif terhadap pengelolaan dari setiap keuangan individu. Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kemampuan individu, pengetahuan, sikap dan akhirnya perilaku individu yang berhubungan dengan pengelolaan uang (Arianti, 2020). Menurut Lestari

(2020) menyebutkan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang keuangan yang ditempuh dalam mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan menjadikan individu untuk siap menghadapi kemajuan dalam bidang ekonomi digital. Setiap individu harus memiliki perencanaan keuangan dengan tepat sehingga bisa meminimalisir kesalahan atau masalah dalam keuangan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan *e-wallet* konsumen akan disuguhkan kemudahan, kenyamanan dalam melakukan transaksi menggunakan alat pembayaran non tunai. Terlebih menggunakan pembayaran non tunai sudah merupakan kebudayaan baru bagi masyarakat di era digitalisasi maka dari itu peneliti menduga ada pengaruh positif antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Jika mahasiswa menggunakan alat pembayaran non tunai dengan skala yang tinggi akan menyebabkan perilaku konsumtif. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menurut Venkatesh & Davis (2000) keinginan seseorang untuk menggunakan sistem teknologi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*). Seseorang akan menggunakan sistem teknologi jika adanya kemudahan dan manfaat yang dirasakan. *E-wallet* merupakan salah satu inovasi dari teknologi informasi yang bergerak di bidang ekonomi yaitu mengenai keuangan. Berkembangnya zaman dengan adanya teknologi ini akan memudahkan kegiatan transaksi bagi penggunanya. Banyak orang lebih memilih menggunakan *e-wallet* karena merasakan kemudahan yang diberikan dan mengurangi resiko kejahatan jika melakukan pembayaran secara tunai sehingga teori ini tepat untuk mendasari penelitian mengenai pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Insana & Johan (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* atau uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan Nelyumna *et al* (2022) menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena adanya kemudahan yang ditawarkan pada platform tersebut. Semakin tinggi penggunaan *e-wallet* akan berdampak juga kepada perilaku konsumtif mahasiswa. penelitian tersebut sejalan dengan Dewi *et al* (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* dan sejenisnya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian yang dilakukan Anwar *et al* (2022) juga menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap tingkat konsumsi mahasiswa.

H1 : Penggunaan *E-Wallet* Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh Penggunaan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler & Keller (2016) gaya hidup termasuk dalam faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal tersebut sesuai dengan teori *consumer behavior theory*, dimana gaya hidup termasuk dalam faktor pribadi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Gaya hidup seseorang dapat dilihat bagaimana dia menghabiskan waktunya misalnya bisa belajar, *travelling*, olahraga ataupun berbelanja. Jadi mengisi waktu luang untuk menghabiskan uangnya tanpa memikirkan apakah ini diperlukan atau hanya karena ingin saja. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra & Anoraga (2021) dan Risnawati *et al* (2018) yang menunjukkan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut Shodzikin & Rahmawan (2021) dan Mustofa *et al*, (2023) menyatakan terdapat pengaruh antara gaya hidup dalam keputusan pembelian. Gaya hidup sebagai kunci seseorang untuk memutuskan apakah harus membeli tersebut untuk kebutuhan atau sekedar keinginan. Penelitian yang dilakukan Haryana (2020) menyebutkan bahwa *lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*. Penelitian juga dilakukan oleh Anggraini & Santhoso (2019) menunjukkan terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif remaja.

H2 : Gaya Hidup Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh Penggunaan Keadaan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif

Keadaan ekonomi orang tua merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Status sosial ekonomi merupakan keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki (Nuraini, 2015). Status ekonomi orang tua menjadi faktor terpenting dalam menentukan perilaku konsumtif seorang anak. Dimana anak akan mengikuti gaya hidup dari orang tua atau keluarganya. Status sosial ekonomi memiliki peranan

penting untuk mempertahankan dan menjaga statusnya dengan tindakan sosialnya. Keluarga atau orang tua yang memiliki status sosial ekonomi yang tinggi akan memiliki kecenderungan gaya hidupnya juga tinggi sehingga munculah perilaku konsumtif. Dan sebaliknya jika status sosial ekonomi orang tua rendah, anak akan mengikuti dengan menjalankan kehidupannya dengan sederhana dan membuat prioritas utama dalam membuat keputusan untuk konsumsi.

Berdasarkan *consumer behavior theory* perilaku konsumsi seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah keadaan ekonomi keluarga. Dimana keadaan ekonomi orang tua termasuk dalam faktor keluarga dan lingkungan ekonomi. Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor keluarga dan lingkungan ekonominya. Teori ini diharapkan sejalan dengan penelitian mengenai pengaruh keadaan ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian Harefa (2021) yang menyatakan bahwa status ekonomi keluarga bisa mempengaruhi perilaku konsumtif anak. Menurut Taufik & Kurniawati (2020) menyatakan bahwa kondisi sosial ekonomi keluarga dapat mempengaruhi keputusan anak dalam berperilaku. Selain itu penelitian yang dilakukan Risnawati *et al* (2018) menyebutkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh secara signifikan dengan perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Novitasari & Septiana (2021) yang menunjukkan hasil bahwa pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi.

H3 : Keadaan Ekonomi Keluarga Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh Literasi Keuangan dalam Memperlemah Penggunaan *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Rahmawati & Yuliana (2020) *electronic wallet* atau *e-wallet* merupakan aplikasi atau fitur layanan yang dikembangkan oleh bank untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi atau pembayaran non-tunai, dengan adanya layanan *e-wallet* uang tunai akan berkurang serta akan menciptakan kesadaran masyarakat untuk menggunakan uang non tunai daripada tunai. Penggunaan *e-wallet* yang tidak didasari pengetahuan akan menyebabkan kesalahan dalam penggunaan dan bisa menyebabkan perilaku konsumtif. Pada teori TAM yang berbunyi penggunaan sistem teknologi akan digunakan apabila sistem tersebut mudah diterima dan bermanfaat. Kemudahan dan manfaat dalam teknologi mengakibatkan seseorang untuk menggunakan teknologi. Penggunaan dompet digital dapat memicu perilaku yang konsumtif pada mahasiswa. Hal tersebut diperlukannya faktor yang bisa membatasi penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK Revisit, 2017).

Penelitian yang dilakukan Ayu *et al* (2021) menyebutkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara akses keuangan dengan pertumbuhan UKM. Penelitian tersebut sejalan dengan Faraswandi (2019) yang memperoleh hasil bahwa literasi keuangan dapat memperkuat hubungan akses pembiayaan dengan pertumbuhan UKM di Gowa. Selain itu Siregar *et al* (2022) memperoleh hasil bahwa literasi keuangan dapat memperkuat hubungan perilaku keuangan dengan keputusan konsumsi. Meninjau dari penelitian terdahulu peneliti ingin mencoba menggunakan variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi antara penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa diharapkan dapat mengontrol pengeluaran keuangannya. Mahasiswa sudah mempelajari dasar-dasar mengenai keuangan seharusnya sudah mempunyai pengetahuan untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Mahasiswa dengan pengetahuan yang cukup atau tinggi akan menjadikan dirinya konsumen yang cerdas karena akan mengeluarkan uang untuk konsumsi didasarkan manfaat, kebutuhan dan pertimbangannya untuk jangka ke depan. Asumsi peneliti disini adalah apabila penggunaan *e-wallet* yang cenderung tinggi apabila memiliki literasi keuangan yang tinggi juga bisa memperlemah atau mengurangi perilaku konsumtifnya.

H4 : Literasi Keuangan Dapat Memperlemah Hubungan Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh Literasi Keuangan dalam Memperlemah Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang itu hidup serta membelanjakan uangnya dan mengatur waktu dengan sebaik-baiknya. Gaya hidup juga mendorong individu untuk melakukan pemenuhan kebutuhan serta sikap individu dalam mempengaruhi aktivitas, penggunaan produk, dan sebagai pendorong untuk mengambil keputusan dalam membeli produk (Kartika, 2019). Pola gaya hidup biasanya berkiblat pada tren sedang muncul. Banyak orang beranggapan jika tidak mengikuti tren yang sedang naik daun akan dianggap orang yang tidak *up to date*. Munculnya sifat malu karena tidak mengikuti tren menyebabkan seseorang tidak berpikir dua kali untuk mengeluarkan uangnya untuk pemenuhan tren yang terjadi.

Menurut Fitri Arianti (2018) literasi keuangan merupakan kombinasi dari kemampuan individu, pengetahuan, sikap dan akhirnya perilaku individu berhubungan dengan uang. Literasi keuangan sangat erat dengan pengelolaan keuangan. Jika seorang individu mempunyai literasi keuangan yang rendah maka pengetahuan tentang keuangan akan mempengaruhi dalam pembuatan keputusan. Pada *Consumer Behaviour Theory* menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang adalah gaya hidup dan pengetahuan. Dimana dalam pengetahuan ini adalah literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap individu. Menurut penelitian Ayu et al (2021) dengan adanya literasi keuangan dapat mempengaruhi akses keuangan. Jadi bisa sebagai pengontrol keuangan dalam pemenuhan konsumsi.

Penelitian yang dilakukan Zahra & Anoraga (2021) menyebutkan bahwa gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selain itu pada penelitian ini menyebutkan literasi keuangan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Risnawati et al (2018) menyebutkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui literasi ekonomi. Menurut Kartikasari et al (2013) literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Akan tetapi literasi keuangan dapat memoderasi hubungan modernitas terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi serta memiliki pengetahuan diharapkan dapat menggunakan ilmu tersebut untuk dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Membeli sesuatu dengan dasar pemenuhan kebutuhan bukan keinginan saja ataupun untuk mengikuti tren yang sedang beredar. Diharapkan semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki bisa memperlemah gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

H5 : Literasi Keuangan Dapat Memperlemah Hubungan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh Literasi Keuangan dalam Memperlemah Keadaan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif

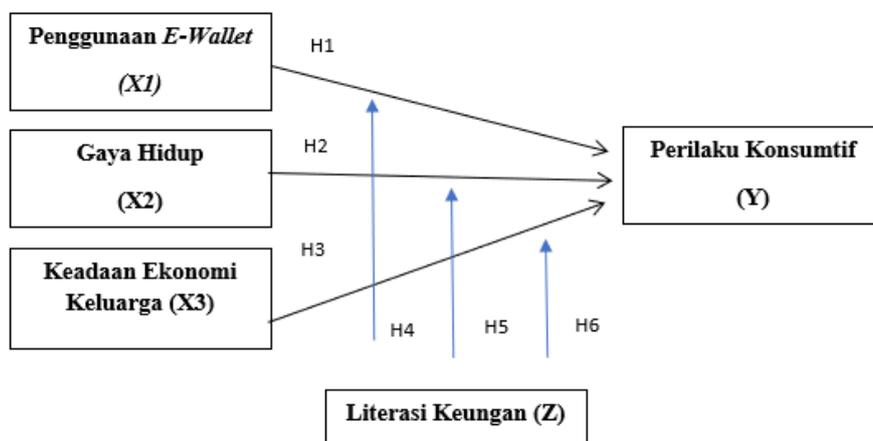
Status sosial ekonomi merupakan keadaan yang menunjukkan pada kemampuan finansial keluarga dan perlengkapan material yang dimiliki (Yayah, 2015). Status sosial ekonomi orang tua merupakan latar belakang ekonomi dari sebuah keluarga atau orang tua yang bisa diukur dengan tingkat pendapatan, pekerjaan orang tua, dan pendidikan. Keadaan ekonomi orang tua memiliki peran penting dalam berkembangnya anak sebagai identitas diri, dimana hal ini bagaimana seseorang mempertahankan dan menjaga keadaan ekonominya. Keluarga adalah pendidikan pertama bagi seorang anak. Semestinya jika keluarga memberikan ilmu yang paling dasar untuk anak dalam pengambilan keputusan terutama pada tingkat konsumsinya. Seorang anak biasanya akan mengikuti gaya hidup orang tua karena anak akan mencerminkan perilaku yang sering dilihatnya. Keadaan ekonomi orang tua yang tinggi memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif yang tinggi juga. Sebaliknya jika keadaan ekonomi orang tua rendah biasanya akan berperilaku konsumsi yang sederhana atau sesuai dengan keadaan ekonominya. Pada *Consumer Behaviour Theory* menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang adalah keluarga, lingkungan ekonomi dan pengetahuan. Dimana dalam keadaan ekonomi keluarga mencakup faktor keluarga dan lingkungan ekonomi sedangkan untuk faktor pengetahuan adalah literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap individu.

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang. Memiliki literasi keuangan akan berdampak baik pada kondisi keuangannya dan kesejahteraannya. Dengan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan keuangannya akan berjalan lancar dan tidak menemukan masalah. Menurut *The President Advisory Council on Financial Literacy* mendefinisikan literasi keuangan

sebagai kemampuan untuk menggunakan pengetahuan serta keahliannya untuk mengolah sumber daya keuangan untuk kesejahteraanya (Kewal, 2013). Minimnya pemahaman mengenai tentang apa, bagaimana dan mengapa literasi keuangan dapat menunjukn rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya memahami keuangan untuk kecakapan hidup (Siregar et al., 2022). Oleh karena itu sebaiknya setiap individu memiliki pengetahuan tentang keuangan sebagai dasar dalam menentukan langkah yang tepat.

Penelitian yang dilakukan Harefa (2021) yang menyatakan bahwa status ekonomi keluarga bisa mempengaruhi perilaku konsumtif anak. Risnawati et al (2018) menyatakan bahwa pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtifnya dan keadaan ekonomi keluarga memilki pengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan. Selain itu Ayu et al (2021) menyebutkan bahwa literasi keuangan mampu untuk memoderasi hubungan akses keuangan dengan pertumbuhan UKM. Jadi meninjau penelitian terdahulu peneliti ini menguji apakah literasi keuangan dapat memoderasi hubungan antara keadaan ekonomi orang tua dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang sudah memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan diharapkan bisa bijak dalam pengambilan keputusan untuk konsumsinya. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang akan memperlemah perilaku konsumtifnya. Asumsinya jika mahasiswa dengan keadaan ekonomi orang tua tinggi apabila memiliki literasi keuangan yang tinggi maka diharapkan dapat mengurangi perilaku konsumtifnya

H6 : Literasi Keuangan Dapat Memperlemah Hubungan Keadaan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif



Gambar 1 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25 dan WarpPLS 8.0. Teknik yang digunakan adalah penelitian survei dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden tentang masalah tertentu. Kuesioner penelitian disebarkan melalui *google form*. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Semarang dimana lokasi kampus berada di Sekaran, Gunungpati. Universitas Negeri Semarang. Peneliti ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2019 dengan Jumlah populasi Mahasiswa S1 Pendidikan Akuntansi angkatan 2019 adalah 115 mahasiswa. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin pengambilan sampel diambil sebesar 89 Mahasiswa S1 Pendidikan Akuntansi angkatan 2019, serta untuk pengujian keabsahan data peneliti menggunakan uji coba sebanyak 30 responden. Hasil persamaan dari uji moderasi pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$PK = \beta_1 EW + \beta_2 GH + \beta_3 KE + \beta_4 (EW.LK) + \beta_5 (GH.LK) + \beta_6 (KE.LK) + \epsilon$$

Dimana,

- PK = Perilaku Konsumtif
- EW = Penggunaan *e-wallet*
- GH = Gaya Hidup

KE = Keadaan Ekonomi

EW.LK = Literasi Keuangan Sebagai Moderasi Penggunaan *e-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

GH.LK = Literasi Keuangan Sebagai Moderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

KE.LK = Literasi Keuangan Sebagai Moderasi Keadaan Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

β = Koefisien Regresi

ϵ = Error

Indikator dalam masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Indikator dan Pernyataan Masing-masing Variabel

No	Indikator	Daftar Pernyataan Instrumen
Perilaku Konsumtif		
1	Membeli produk karena iming-iming hadiah.	<ul style="list-style-type: none"> Membeli suatu produk karena adanya hadiah yang ditawarkan. Membeli produk berlabel “beli 1 gratis 1” Membeli barang karena banyaknya promo yang disediakan
2	Membeli produk karena kemasannya menarik.	<ul style="list-style-type: none"> Membeli produk karena tampilan dan kemasannya menarik Membeli produk karena kemasannya bisa digunakan Kembali Membeli produk karena desain kemasannya tampak mewah dan menarik.
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	<ul style="list-style-type: none"> membeli produk untuk menjaga penampilan membeli produk yang terbaru untuk meningkatkan keyakinan diri membeli produk yang terbaru untuk meningkatkan keyakinan diri membeli produk karena tidak ingin dianggap kurang update
4	Membeli produk atas pertimbangan harga bukan berdasarkan manfaat atau kegunaannya.	<ul style="list-style-type: none"> membeli produk karena harganya murah membeli produk ketika ada gratis biaya pengiriman membeli produk karena adanya diskon yang besar
5	Membeli produk untuk menjaga simbol status.	<ul style="list-style-type: none"> membeli produk yang bermerek untuk menjaga simbol status membeli produk bermerek karena kualitas yang baik. membeli produk bermerek tiruan untuk menjaga simbol status
6	Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model iklan yang mengiklankan.	<ul style="list-style-type: none"> membeli produk karena mengidolakan model yang mengiklankan Memiliki produk yang diiklankan oleh idola, menjadi sebuah kebanggaan tersendiri Jika idola mengiklankan sebuah produk, akan membeli semua produknya
7	Munculnya penilaian membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang lebih tinggi.	<ul style="list-style-type: none"> Membeli produk yang lebih mahal agar lebih percaya diri Membeli produk dengan harga yang mahal memberikan kepuasan tersendiri dan meningkatkan kepercayaan diri
8	Mencoba produk yang sejenis lebih dari dua merek yang berbeda.	<ul style="list-style-type: none"> Sering membeli barang dengan jenis yang sama lebih dari dua merek Senang mencoba berbagai merek dengan produk yang sama atau manfaat yang sama Menggunakan beberapa produk dengan fungsi yang sama.
Penggunaan E-wallet		
1	Persepsi kemudahan penggunaan	<ul style="list-style-type: none"> Sistem kerja aplikasi <i>e-wallet</i> mudah dimengerti tidak ada kesulitan dalam penggunaan <i>e-wallet</i> Aplikasi <i>e-wallet</i> dapat digunakan dimana saja.

		<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan <i>e-wallet</i> lebih mudah daripada melakukan pembayaran tunai • Karena kemudahan yang ditawarkan, dapat berbelanja terutama di aplikasi belanja dengan mudah • menggunakan <i>e-wallet</i> membuat saya menjadi boros dalam keuangan.
2	Persepsi kegunaan dan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi <i>e-wallet</i> membuat transaksi pembayaran lebih cepat • Aplikasi <i>e-wallet</i> mempermudah dalam pembayaran tagihan • Menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> bisa mendapatkan promo dalam berbelanja • Menggunakan <i>e-wallet</i> untuk berbelanja agar mendapatkan hadiah (promo, <i>cashback</i>, dll) • Dengan adanya <i>e-wallet</i> akan mempermudah kegiatan

Gaya Hidup

1	Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Berbelanja online tanpa direncanakan • Menghabiskan waktu diluar rumah untuk melepas kejenuhan • Menghabiskan waktu dengan berbelanja • Membeli produk untuk memenuhi hobi
2	Minat	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli produk karena tertarik dengan ulasan yang diberikan • Mengikuti perkembangan mengenai produk terbaru
3	Pendapat	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti tren dan teknologi baru merupakan gaya hidup masyarakat saat ini. • Membeli produk karena keinginan bukan kebutuhan.

Keadaan Ekonomi

1	Tingkat Pendidikan	Pendidikan terakhir ayah dan ibu
2	Tanggungan Keluarga	Jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan orang tua saat ini
3	Pekerjaan	Pekerjaan ayah dan ibu saat ini
4	Tingkat Pendapatan	Kisaran pendapatan ayah dan ibu dalam satu bulan

Literasi Keuangan

1	Uang dan Transaksi	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan uang sesuai dengan kebutuhan • Membelanjakan uang untuk memenuhi kebutuhan saja • Menyisihkan uang untuk menabung
2	Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun anggaran belanja mingguan ataupun bulanan • Menyisihkan uang untuk tabungan dana tak terduga • Mengontrol keuangan setiap minggu atau bulan
3	Risiko dan Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> • Menabungkan uang di bank karena merasa lebih aman • Membuat daftar keuangan untuk menghindari pemborosan • Pengelolaan keuangan pada saat ini akan berpengaruh pada kondisi keuangan di masa depan
4	Wawasan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami tentang keuangan secara umum • Meneliti harga dan kualitas sebelum membeli sesuatu • Merencanakan keuangan itu sangat penting • Dahulukan kebutuhan bukan keinginan

Sebelum melakukan pengambilan data penelitian menggunakan angket atau kuesioner perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu. Data yang terkumpul akan mendapatkan kualitas yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian angket atau kuesioner meliputi pengujian validitas dan pengujian reliabilitas. Lalu melakukan analisis data yang artinya mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan semua variabel, menyajikan data dan menguji hipotesis yang dilakukan dengan perhitungan terhadap data. Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif, analisis persamaan struktural pendekatan

WarpPLS (evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, *moderated regression analysis* dengan SEM Warp-PLS), uji signifikansi parsial (Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Langkah untuk melakukan evaluasi outer model adalah menggunakan tiga kriteria yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite validity*. Uji *convergent validity* memiliki ketentuan penerimaan indikator penelitian dapat terpenuhi apabila hasil uji *convergent validity* memperoleh $p < 0,05$. Pada tabel 2 menunjukkan hasil *convergent validity* memperoleh $p < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator dapat terpenuhi atau diterima.

Tabel 2 Hasil Convergent Validity

Variabel	Kode Soal	P-Value	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	PK 1 - PK 24	<0.001	Memenuhi <i>Convergent Validity</i>
Penggunaan E-Wallet (X1)	EW 1 - EW 11	<0.001	Memenuhi <i>Convergent Validity</i>
Gaya Hidup (X2)	GH 1 - GH 8	<0.001	Memenuhi <i>Convergent Validity</i>
Keadaan Ekonomi Keluarga (X3)	KE 1 - KE 8	<0.001	Memenuhi <i>Convergent Validity</i>
Literasi Keuangan (Z)	LK 1 - LK 13	<0.001	Memenuhi <i>Convergent Validity</i>

Sumber: Data yang diolah, 2023

Uji evaluasi model pengukuran berikutnya adalah uji *discriminant validity* yang dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE yang diberi tanda kurung harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel laten pada kolom yang sama. Pada Tabel 3 hasil uji *discriminant validity* menunjukkan bahwa nilai $AVE \geq 0,5$ atau nilai AVE dari masing masing variabel lebih besar dari korelasinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima konstruk tersebut telah memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 3 Discriminant Validity

Variabel	EW (X1)	GH (X2)	KE (X3)	PK (Y)	LK (Z)
EW (X1)	(0.809)	0,344	-0.012	0.378	0.535
GH (X2)	0.344	(0.741)	0.296	0.767	0.220
KE (X3)	-0.012	0,296	(0.656)	0,19	0.010
PK (Y)	0.378	0.767	0.190	(0.697)	0.325
LK (Z)	0.535	0.220	0.010	0.325	(0.720)

Sumber: Data yang diolah, 2023

Pengujian outer model yang terakhir adalah pengujian reabilitas pada outer model menggunakan uji *composite reability*. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Composite reability* $> 0,70$. Tabel 4 menunjukkan hasil nilai *Composite reability* dan *Cronbach's alpha* lebih besar dari $>0,70$, hal ini menunjukkan memiliki arti bahwa indikator memiliki reliabilitas yang baik terhadap variabel latennya.

Tabel 4 Composite Reability

Latent Variabel	EW (X1)	GH (X2)	KE (X3)	PK (Y)	LK (Z)	Kriteria	Keterangan
<i>Composite reability</i>	0,954	0,905	0,817	0,957	0,933	$>0,70$	Reliabel
<i>Cronbach's alpha</i>	0,946	0,878	0,73	0,952	0,921	$>0,70$	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2023

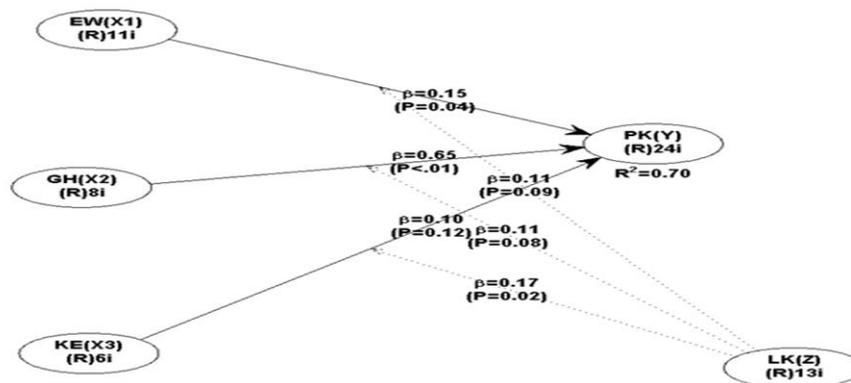
Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Inner model menentukan spesifikasi hubungan antar konstruk laten dengan konstruk laten lainnya. Evaluasi ini meliputi uji kecocokan model atau model fit, path coefficient, R-square, dan Q-square. Uji kecocokan model bertujuan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data atau tidak. Dalam uji kecocokan model terdapat 3 indeks pengujian yaitu average path coefficient (APC), average R-squared (ARS) dan average varians factor (AVIF). Nilai p untuk APC dan ARS harus lebih kecil dari 0,05 atau berarti signifikan. Selain itu, AFIV sebagai indikator multikolinieritas harus lebih kecil dari 5. Tabel 5 menunjukkan nilai yang dipeorleh dari 10 kriteria sudah terpenuhi, sehingga dapat dikatakan model tersebut telah memenuhi persyaratan model fit.

Tabel 5 Model Fit

<i>Model Fit & Quality Indices</i>	<i>Indeks</i>	<i>P-Value</i>	<i>Criteria</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Average path coefficient (APC)</i>	0.214	P=0.002	P<0.05	Diterima
<i>Average R-squared (ARS)</i>	0.700	P<0.001	P<0.05	Diterima
<i>Average adjusted R-squared (AARS)</i>	0.678	P<0.001	P<0.05	Diterima
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	1.384	<i>acceptable if <= 5, ideally <= 3.3</i>		Diterima
<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	1.714	<i>acceptable if <= 5, ideally <= 3.3</i>		Diterima
<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	0.702	<i>small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36</i>		Large
<i>Sympson's paradox ratio (SPR)</i>	1.000	<i>acceptable if >= 0.7, ideally = 1</i>		Diterima
<i>R-squared contribution ratio (RSCR)</i>	1.000	<i>acceptable if >= 0.9, ideally = 1</i>		Diterima
<i>Statistical suppression ratio (SSR)</i>	1.000	<i>acceptable if >= 0.7</i>		Diterima
<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)</i>	1.000	<i>acceptable if >= 0.7</i>		Diterima

Sumber: Data yang diolah, (2023)



Gambar 2 Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan gambar model diatas pengujian model struktural yang dilakukan dengan melihat R-squared yang merupakan bagaian dari uji goodness fit model. Hasil menunjukan nilai R-squared pada variabel Perilaku Konsumtif yang dipengaruhi oleh penggunaan e-wallet, gaya hidup, keadaan ekonomi keluarga dan dimoderasi oleh literasi keuangan yaitu sebesar 0,70 atau 70%. Adapun sisanya sebanyak 30% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Nilai R-squared pada konstruk perilaku konsumtif dalam kategori baik dikarenakan nilai $\geq 0,45$ dan $\leq 0,70$.

Pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Pengujian variabel moderasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode uji interaksi atau biasa disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA). Table 6 menunjukkan ringkasaan nilai koefisian dan probabilitas dan hasil pengujian hipotesis antara variabel independen dengan dependen dan variable moderasi.

Tabel 6 Hasil Path Coefficient and P-values

<i>Variabel Latent</i>	Ekspektasi	<i>Path Coefficient</i>	<i>P values</i>	Hasil
EW (X1) > PK (Y)	+	0,145	<0,001	Diterima
GH (X2) > PK (Y)	+	0,651	<0,001	Diterima
KE (X3) > PK (Y)	+	0,095	0,117	Ditolak
LK (Z)*EW(X1)	Memperlemah	0,108	0,089	Ditolak
LK (Z)*GH(X2)	Memperlemah	0,115	0,076	Ditolak
LK (Z)*KE(X3)	Memperlemah	0,171	0,017	Ditolak

(Sumber: Output WarpPLS, 2023)

Hasil persamaan dari uji moderasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PK = \beta_1 EW + \beta_2 GH + \beta_3 KE + \beta_4 (EW.LK) + \beta_5 (GH.LK) + \beta_6 (KE.LK) + \varepsilon$$

$$PK = 0,145EW + 0,651GH + 0,095KE + 0,108EW.LK + 0,108 GH.LK + 0,171KE.LK + \varepsilon$$

PEMBAHASAN

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah apakah penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet maka akan berdampak tinggi juga perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2019. Hal ini diperkuat pada hasil uji statistik deskriptif responden pada indikator persepsi kegunaan dan manfaat e-wallet yang termasuk pada kategori sangat tinggi. Hal ini menandakan bahwa mahasiswa merasakan kegunaan dan manfaat yang diberikan oleh e-wallet dalam melakukan pembayaran, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif.

Di era saat ini perkembangan teknologi yang sangat pesat mempermudah manusia dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah e-wallet atau dompet digital. Hasil penelitian ini relevan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Venkatesh & Davis (2000) yang menyebutkan bahwa keinginan seseorang untuk menggunakan sistem teknologi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan. Implikasi teori TAM terhadap penelitian ini adalah karena kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh teknologi tersebut meningkatkan daya beli sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Pada teknologi yang dibahas pada penelitian ini adalah dimana menggunakan *e-wallet* untuk mempermudah sistem pembayaran tanpa menyiapkan uang tunai. Karena kemudahan dan manfaat yang dirasakan menyebabkan peningkatan penggunaan e-wallet yang bisa mempengaruhi perilaku konsumsinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Dewi & Listiadi (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan e-money dan sejenisnya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Akuntansi yang ada di Bali. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Insana & Johan (2021) yang menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 10,56% walaupun memiliki korelasi yang

rendah. Oleh karena itu hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [Achir & Kusumaningrum \(2021\)](#) dan [Nelyumna et al \(2022\)](#) yang menyatakan bahwa penggunaan e-wallet tidak meningkatkan perilaku konsumtif karena terbukti menurunkan minat masyarakat dalam pembayaran online.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki mahasiswa Pendidikan Akuntansi UNNES angkatan 2019 maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Berdasarkan analisis deskriptif pada responden, gaya hidup mahasiswa termasuk hidup hedonis dimana dari tiga indikator yaitu kegiatan, minat dan pendapat semuanya berada di kategori tinggi.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori perilaku konsumen (*Consumer Behaviour Theory*) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller. Dimana gaya hidup termasuk dalam faktor pribadi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Implikasi dalam penelitian ini adalah gaya hidup seseorang akan menjadi penentu dalam seseorang untuk membeli sesuatu atas dasar kebutuhan atau memenuhi keinginan saja. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian [Risnawati et al \(2018\)](#) dan [Belle \(2021\)](#) yang menyatakan bahwa gaya hidup terbukti berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, namun penelitian ini sejalan dengan [Anggraini & Santhoso \(2019\)](#) dan [Zahra & Anoraga \(2021\)](#) yang menunjukkan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh [Haryana \(2020\)](#) yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam melakukan belanja online. Pendapat lain yang sejalan dengan penelitian ini yaitu [Anggraini et al \(2017\)](#) menyatakan bahwa terdapat ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku remaja di Yogyakarta.

Pengaruh Keadaan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga yaitu keadaan ekonomi keluarga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang berasal dari keadaan ekonomi keluarga yang rendah maupun tinggi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Hal ini disebabkan karena perilaku konsumtif lebih sering dipengaruhi oleh faktor internal atau kesadaran diri sendiri, sedangkan keadaan ekonomi keluarga merupakan faktor eksternal yang tidak terlalu kuat mempengaruhi perilaku konsumtif. Mahasiswa dikategorikan sebagai siswa yang telah berada pada usia dewasa, sehingga sudah bisa berfikir secara rasional untuk berbelanja sesuai dengan kebutuhan yang menjadi prioritas utama dan bukan pada keinginan semata.

Hal ini didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel keadaan ekonomi keluarga pada penelitian ini berada pada kategori rendah, namun variabel perilaku konsumtif juga berada pada kategori tinggi dari nilai rata-rata. Indikator pendidikan, pendapatan, pekerja serta tanggungan keluarga tidak bisa dijadikan ukuran untuk melihat mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumtif yang berlebihan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan [Risnawati et al \(2018\)](#); [Taufik & Kurniawati \(2020\)](#); [Harefa \(2021\)](#) dan [Novitasari & Septiana \(2021\)](#) yang menyatakan bahwa status ekonomi keluarga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif anak. Namun, penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa status atau tingkat ekonomi keluarga tidak berpengaruh pada perilaku keuangan siswa maupun mahasiswa [Dewi & Listiadi, 2021](#); [Tanri et al., 2022](#)).

Pengaruh Literasi Keuangan dalam Memperlemah Pengaruh Penggunaan E-Wallet, Gaya Hidup dan Keadaan Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian pada hipotesis keempat yaitu, literasi keuangan tidak dapat memoderasi hubungan antara penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif. Implikasinya dalam penelitian ini literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang bisa mempengaruhi perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Dimana literasi keuangan diharapkan bisa mengontrol pengeluaran mahasiswa karena pada dasarnya mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2019 telah mempelajari tentang dasar-dasar keuangan sehingga mempunyai pengetahuan untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Peneliti menganalisis bahwa literasi keuangan tidak dapat memperlemah hubungan pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif karena penggunaan e-wallet yang cukup

tinggi. Kemudahan dan manfaat yang didapatkan mengakibatkan mahasiswa merasa terbantu menggunakan e-wallet sehingga tidak sadar akan berakibat pada perilaku konsumtifnya. Dengan bekal pengetahuan saja tidak mampu memperlemah pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Akuntansi UNNES Angkatan 2019. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [Madaniah & Suprayitno \(2022\)](#) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi penggunaan *e-wallet dan e-banking* terhadap perilaku nasabah.

Hasil penelitian pada hipotesis kelima yaitu literasi keuangan tidak mampu meperlemah hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini terdapat indikator-indikator pada literasi keuangan seperti wawasan keuangan. Wawasan keuangan diharapkan bisa menjadi dasar mahasiswa untuk mengambil keputusan dalam berperilaku. Peneliti menganalisis bahwa literasi keuangan tidak bisa memperlemah hubungan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif karena gaya hidup cukup mendominasi dalam diri mahasiswa. Mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2019 UNNES memiliki gaya hidup yang tinggi dan dipastikan membuat perilaku konsumtifnya tinggi. Kegiatan berbelanja yang dilakukan oleh mahasiswa masih didasarkan pada keinginan dan bukan karena kebutuhan, seperti membeli sesuatu sebagai bentuk *self-reward* yang berlebihan, Hal tersebut mengakibatkan literasi keuangan tidak mampu memperlemah perilaku konsumtif, karena mahasiswa hanya mempelajari ilmu pengelolaan keuangan namun tidak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [Risnawati et al \(2018\)](#) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa.

Hasil hipotesis keenam pada penelitian ini adalah literasi keuangan tidak dapat memperlemah hubungan antara variabel keadaan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2019 UNNES. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa literasi keuangan dalam moderasi ini justru memperkuat pengaruh hubungan antara keadaan ekonomi keluarga dengan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang berasal dari keadaan ekonomi yang tinggi dan memiliki tingkat pemahaman literasi keuangan yang tinggi akan meningkatkan perilaku konsumtifnya, Mahasiswa memilih untuk membelanjakan barang-barang yang lebih tahan lama dan akan tetap memiliki nilai jual tinggi dimasa yang akan datang. Dengan kata lain mahasiswa yang berasal dari keadaan ekonomi yang tinggi dan memahami ilmu keuangan akan mengkonsumsi atau membelanjakan barang-barang yang dapat dijadikan investasi di masa depan.

Berdasarkan analisis deskriptif variabel literasi keuangan pada responden termasuk pada kategori sangat tinggi namun ternyata belum dapat memperlemah penggunaan e-wallet, gaya hidup dan keadaan ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan [Risnawati et al \(2018\)](#) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak dapat memoderasi hubungan pengaruh ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif siswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Semarang, maka terdapat beberapa kesimpulan yang diperoleh yaitu penggunaan e-wallet dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet dan tingkat gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan e-wallet mendukung teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dimana seseorang memanfaatkan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan. Oleh karena itu, teknologi dompet digital mempermudah sistem pembayaran karena tidak perlu menyiapkan uang tunai, mengakibatkan peningkatan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini juga mendukung teori perilaku konsumen (*Consumer Behaviour Theory*) dimana gaya hidup termasuk dalam faktor pribadi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Gaya hidup seseorang akan menjadi penentu dalam seseorang untuk membeli sesuatu atas dasar kebutuhan atau memenuhi keinginan saja.

Keadaan ekonomi keluarga tidak terbukti mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa keadaan ekonomi keluarga yang tergolong rendah maupun tinggi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kesadaran diri sebagai faktor internal lebih berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dibandingkan keadaan ekonomi keluarga yang merupakan

faktor eksternal. Selain itu, literasi keuangan tidak dapat memperlemah pengaruh antara penggunaan e-wallet, gaya hidup dan keadaan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan karena mahasiswa hanya mempelajari ilmu pengelolaan keuangan saja namun tidak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu mahasiswa yang berasal dari keadaan ekonomi yang tinggi dan memahami ilmu keuangan akan membelanjakan barang-barang yang dapat dijadikan investasi di masa depan, yaitu barang-barang yang lebih tahan lama dan akan tetap memiliki nilai jual dimasa yang akan datang, sehingga harga barang tersebut juga cenderung tinggi.

SARAN

Saran Praktis:

Saran praktis dalam penelitian ini sebaiknya mahasiswa dapat menerima teknologi baru, yaitu penggunaan *financial technology (fintech)* berupa *e-wallet*. Penggunaan *e-wallet* dapat mempermudah transaksi pembayaran belanja sehari-hari, namun mahasiswa juga perlu berhati-hati dalam menerima teknologi dan penggunaannya karena hal tersebut meningkatkan perilaku konsumtif. Mahasiswa perlu memperhatikan gaya hidupnya di tengah perkembangan zaman dan teknologi. Bergaya hiduplah sesuai dengan keadaan karena akan mengakibatkan perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Mahasiswa sudah memiliki literasi keuangan yang tinggi dimana literasi keuangan dapat digunakan untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Akan tetapi hanya memahami teori saja tidak cukup, karena jika sudah memiliki teorinya alangkah baiknya untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Saran Teoritis:

Saran teoritis dalam penelitian ini adalah, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel baru seperti manajemen keuangan sebagai variabel moderasi untuk memperlemah atau memperkuat pengaruh variabel penggunaan *e-wallet*, gaya hidup, dan keadaan ekonomi keluarga. Hal ini dikarenakan literasi keuangan tidak berhasil memoderasi hubungan variabel penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan keadaan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan akuntansi 2019 dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai moderasi manajemen keuangan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

REFERENSI

- Achir, A. Y., & Kusumaningrum, T. M. (2021). Pengaruh Penggunaan Debit Card, Credit Card, E-Money, dan E-wallet Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 554–568. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/8503>
- Adiwardjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE. *AGORA*, 5(3), 1–9.
- Adrian junio. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Ter. *AGORA Jurnal Bisnis*, 5, no: 3, 3–4.
- Adisty, N. (2022). Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat. Goodstats. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnyakonsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Angraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Anwar, A. I., Nalurita, S. S., & Hamrullah, H. (n.d.). *Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Konsumsi*.
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Ayu, M., Geriadi, D., Erynayati, L., Yuliana, N. P., Sawitri, R., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*. 10(03), 161–172. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>

- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*, 51. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Belle, R. (2021). Analisis Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Gaya Hidup Terhadap Financial Management Behaviour dengan Locus Of Control Sebagai Variabel *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu) Vol.*, 11(01), 38–50.
- Dewi, L. G. K., Herwati, 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, M. Z., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Status Sosial Ekonomi, Pendidikan Pengelolaan Keuangan Keluarga dan Literasi Keuangan terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Siswa Akuntansi SMK. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(6), 3544–3552. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.965>
- Engel J. F. Blackwell R. D. & Miniard P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- F, E. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Faraswandi, I. (n.d.). *Pengaruh Akses Pembiayaan Terhadap Pertumbuhan Ukm Di Kabupaten Gowa Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderating*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Fitri Arianti, B. (2018). *Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening The Effect Income And Financial Behavior On Financial Literacy With Investment Decisions As Intervening*. 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.13-36>
- Fitria, E. (2018). Jurnal Ecobisma Vol 5 No. 1 Juni 2018. *Jurnal Ecobisma*, 5(1), 1–14.
- Fittari, H., Aprison, W., & Yusri, F. (2020). Pengaruh Kondisi Ekonomi Keluarga Terhadap Perencanaan Karir Siswa. *CONSILIUM*, 7(2), 75–93.
- Harefa, A. K. (2021). PENGARUH STATUS EKONOMI KELUARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SISWA DI KELAS XI SMA NEGERI 1 TELUKDALAM TAHUN 2020/2021. *Jurnal Education and Development*, 9(1), 628–634.
- 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. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Hilal, N., Siahainenia, S., & Marlana, N. (n.d.). *PERILAKU KONSUMEN (TINJAUAN KONSEPTUAL & PRAKTIS)*.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Kartika, R. P., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01), 14–22. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i01.406>
- Kartikasari, D., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Mengonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110.
- Kewal Anastasia Sri, S. S. M. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Stie Musi (Financial Literacy Level among Students Stie Musi). *Jurnal Economia, Vol 9, No 2 (2013)*, 130–140. <http://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/1804>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Ma, Q., & Liu, L. (2004). The Technology Acceptance Model. *Journal of Organizational and End User Computing*, 16(1), 59–72. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>

- Madaniah, & Suprayitno. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1205–1213. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4595>
- Mulyodiharjo, S. (2002). Terperangkap Dalam Iklan. *Bandung: Alfabeta*.
- Mustofa, M. I., Chodzirin, M., & Sayekti, L. (2023). *Pengaruh brand image, kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup terhadap keputusan pembelian*. 18(1), 136–147.
- Nelyumna, N., Oktrivina, A., & ... (2022). Pengaruh penggunaan fintech (e-wallet) terhadap minat masyarakat dalam pembayaran online akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. *AKURASI: Jurnal ...* <https://doi.org/10.36407/akurasi.v4i2.580>
- Novitasari, A. T., & Septiana, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 64. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15119>
- OJK Revisit. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.100>
- Risnawati, Mintarti, W., & Ardoyo. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- Romadloniyah, & Setiaji. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Eeaj*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Shodzikin, R., & Rahmawan, G. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Brand Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Boze Vape Store Kartasura. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 46–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i2.2149>
- Siregar, C. P., Putrie, S. G., & Leon, F. M. (2022). Pengaruh Perilaku Bias Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi Di Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9, 431–449. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/38674/37690>
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). In *Jibeka* (Vol. 7, pp. 1–6).
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen. *Yogyakarta: BPFE UGM*.
- Tanri, B., Asumpta, M., & Marlina, E. (2022). *Pengaruh Tingkat Ekonomi Keluarga, Uang Saku, Jenis Kelamin Dan Indeks Prestasi Kumulatif Terhadap Financial Literacy Mahasiswa Akuntansi*. 9(1), 2503–1546.
- Taufik, S., & Kurniawati, T. (2020). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga, Prestasi Belajar, dan Kesempatan Kerja Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan ke Program Magister Fakultas Ekonomi UNP. *Jurnal Ecogen*, 3, 49–60. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8486>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Yayah Bahjatussaniah, Nuraini, A. (2015). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol 2 No 3, 1–16.
- Yuwan Lestari, S. (2020). Pengaruh Pendidikan Pengelolaan Keuangan Di Keluarga, Status Sosial Ekonomi, Locus of Control Terhadap Literasi Keuangan (Pelajar Sma Subang). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 69–78.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021a). 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>