



Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIPAR Angkatan 2022 Ganjil di Era Digital

Risky Alliyah Putri¹, Shendy Andrie Wijaya², Moh. Usman Kurniawan³

Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Argopuro Jember, Jember, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: shendyandriewijaya@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 20-09-2026
Disetujui 26-09-2026
Diterbitkan 28-09-2026

ABSTRACT

Financial literacy is increasingly important for university students who live in a digital consumption environment characterized by easy access to marketplaces, social media, digital payments, discounts, cashback, and other promotional stimuli. This study aims to analyze the effect of financial literacy on consumptive behavior among Economic Education students in the digital era. The study uses a quantitative approach with a survey design to examine financial literacy and consumptive behavior among Economic Education students in the digital era. The dataset consists of 100 respondents and was analyzed using validity and reliability tests, residual normality testing, simple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The analysis shows that all 20 financial literacy items and all 20 consumptive behavior items are valid. Cronbach's Alpha for both variables is 0.988. The residual normality test produces a significance value of 0.975. Simple regression produces the equation $Y = 102.947 - 0.720X$. The t-test shows $t = -9.713$ with significance 0.000, indicating a negative and significant effect of financial literacy on consumptive behavior. The coefficient of determination is 0.491, meaning that financial literacy explains 49.10% of the variation in consumptive behavior in the model. The findings indicate the importance of strengthening the practical application of financial literacy among students in digital consumption environments.

Keywords: Financial Literacy; Consumptive Behavior; University Students; Economic Education; Digital Era

ABSTRAK

Literasi keuangan semakin penting bagi mahasiswa yang hidup dalam lingkungan konsumsi digital yang ditandai dengan kemudahan akses terhadap marketplace, media sosial, pembayaran digital, diskon, cashback, dan berbagai stimulus promosi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital. Dataset terdiri atas 100 responden dan dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas residual, regresi linear sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan seluruh 20 item literasi keuangan dan 20 item perilaku konsumtif dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha kedua variabel sebesar 0,988. Uji normalitas residual menghasilkan signifikansi 0,975. Regresi sederhana menghasilkan persamaan $Y = 102,947 - 0,720X$. Uji t menunjukkan nilai t

sebesar $-9,713$ dengan signifikansi $0,000$, sehingga literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi sebesar $0,491$ menunjukkan bahwa literasi keuangan menjelaskan $49,10\%$ variasi perilaku konsumtif dalam model. Temuan tersebut menunjukkan pentingnya penguatan penerapan literasi keuangan mahasiswa dalam menghadapi lingkungan konsumsi digital.

Kata kunci: Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa; Pendidikan Ekonomi; Era Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu memperoleh informasi, berkomunikasi, melakukan pembayaran, dan mengambil keputusan konsumsi. Internet, media sosial, marketplace, dompet digital, mobile banking, QRIS, serta layanan pembayaran lainnya membuat transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Kemudahan tersebut memberikan manfaat dari sisi efisiensi, tetapi pada saat yang sama memperluas paparan individu terhadap stimulus konsumsi. Promosi personal, flash sale, cashback, gratis ongkos kirim, rekomendasi produk, dan konten media sosial dapat membuat keputusan pembelian terjadi lebih cepat daripada proses pertimbangan kebutuhan dan kemampuan keuangan.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang sangat dekat dengan perubahan tersebut. Perangkat digital digunakan untuk kegiatan akademik sekaligus untuk komunikasi, hiburan, pencarian informasi, mengikuti tren, dan transaksi. Dalam kondisi demikian, perilaku konsumtif dapat muncul ketika keputusan pembelian lebih banyak didorong oleh keinginan, dorongan sesaat, tren, promosi, atau pengaruh lingkungan dibandingkan kebutuhan yang direncanakan. Penelitian Oktaviani et al. (2023) pada mahasiswa generasi Z di Universitas Palangka Raya menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Anggraeni (2023) menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial ketika diuji bersama penggunaan e-money, gaya hidup, dan teman sebaya. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif masih relevan untuk diuji pada karakteristik mahasiswa yang berbeda.

Literasi keuangan tidak hanya berarti mengetahui istilah atau produk keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, menilai, dan menerapkan informasi keuangan dalam keputusan sehari-hari. Bagi mahasiswa, penerapan literasi keuangan dapat terlihat dari kemampuan membuat anggaran, menentukan prioritas kebutuhan, mengendalikan pengeluaran, menabung, mengevaluasi penawaran, serta mempertimbangkan konsekuensi finansial sebelum membeli. Wanggitha dan Anggita (2025) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi Universitas Bangka Belitung. Hasil tersebut memberikan dukungan terhadap argumentasi bahwa semakin baik kemampuan mengelola keuangan, semakin kuat pula kemampuan mengendalikan konsumsi. Konteks digital membuat hubungan tersebut semakin penting. Trisuci dan Abidin (2022) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, gaya hidup, sikap keuangan, dan kemudahan digital payment dapat berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, dengan literasi keuangan ditempatkan sebagai faktor yang relevan dalam model. Penelitian Susilowati et al. (2025) juga menunjukkan bahwa fintech payment dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, Dewi (2024) menemukan bahwa penggunaan QRIS memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa generasi Z. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa perubahan teknologi pembayaran tidak dapat

dipisahkan dari kemampuan individu dalam mengelola keputusan keuangan.

Penelitian terdahulu juga memperlihatkan bahwa literasi keuangan bukan satu-satunya faktor yang menjelaskan perilaku konsumtif. Haq et al. (2023) menempatkan literasi keuangan bersama teman sebaya, electronic money, gaya hidup, dan kontrol diri dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa. Novianti dan Suwaidi (2024) juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat berkaitan dengan teknologi keuangan, literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri. Dengan demikian, penelitian yang hanya memfokuskan satu variabel independen tetap penting untuk mengidentifikasi kontribusi spesifik literasi keuangan sebelum memasukkan faktor lain ke dalam model.

Mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempunyai karakteristik yang menarik karena mereka memperoleh pembelajaran mengenai konsep ekonomi, perilaku konsumen, dan pengambilan keputusan ekonomi. Namun, pemahaman akademik tidak selalu identik dengan penerapan perilaku keuangan yang rasional. Oleh sebab itu, penting untuk menguji apakah literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa berkaitan dengan kemampuan mengendalikan konsumsi dalam lingkungan digital. Penelitian ini berfokus pada hubungan langsung antara literasi keuangan sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.

Perbedaan utama penelitian ini dibandingkan beberapa penelitian terdahulu terletak pada fokus yang lebih sederhana dan spesifik, yaitu menguji satu prediktor terhadap satu variabel hasil pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam konteks era digital. Penelitian ini juga menggunakan indikator literasi keuangan yang mencakup pengetahuan, perilaku, sikap, keterampilan, dan keyakinan keuangan serta indikator perilaku konsumtif berupa pembelian impulsif, pembelian karena mengikuti tren, pembelian karena promosi atau diskon, pembelian tanpa perencanaan, dan pemborosan.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian adalah apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Hipotesis penelitian dirumuskan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Fokus penelitian adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital, dengan literasi keuangan sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan pengaruh antara variabel literasi keuangan sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen menggunakan data numerik. Analisis utama menggunakan regresi linear sederhana karena model penelitian hanya memuat satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Dataset yang dianalisis terdiri atas 100 responden mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Konteks penelitian diarahkan pada pengalaman konsumsi mahasiswa di era digital, termasuk penggunaan marketplace, media sosial, pembayaran digital, serta stimulus promosi. Data dikumpulkan melalui instrumen kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Instrumen literasi keuangan terdiri atas 20 pernyataan yang dikelompokkan ke dalam lima indikator, yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, sikap keuangan, keterampilan keuangan, dan keyakinan keuangan. Instrumen perilaku konsumtif terdiri atas 20 pernyataan yang dikelompokkan ke dalam lima indikator, yaitu pembelian impulsif, pembelian karena mengikuti tren, pembelian karena tawaran promosi atau diskon, pembelian tanpa perencanaan, dan pemborosan.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Jumlah Item
Literasi Keuangan (X)	Pengetahuan keuangan	4
Literasi Keuangan (X)	Perilaku keuangan	4
Literasi Keuangan (X)	Sikap keuangan	4
Literasi Keuangan (X)	Keterampilan keuangan	4
Literasi Keuangan (X)	Keyakinan keuangan	4
Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian impulsif	4
Perilaku Konsumtif (Y)	Mengikuti tren	4
Perilaku Konsumtif (Y)	Promosi atau diskon	4
Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian tanpa perencanaan	4
Perilaku Konsumtif (Y)	Pemborosan	4

Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas. Validitas item diuji dengan korelasi item-total dan dibandingkan dengan r tabel 0,197 pada jumlah responden 100. Item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria umum bahwa nilai alpha di atas 0,70 menunjukkan konsistensi internal yang memadai.

Sebelum regresi, dilakukan uji normalitas residual menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Selanjutnya dilakukan regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX$. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh literasi keuangan secara parsial, uji F digunakan untuk menguji keberartian model, dan koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui proporsi variasi perilaku konsumtif yang dapat dijelaskan oleh literasi keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dataset penelitian terdiri atas 100 responden mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang menjadi unit analisis penelitian dalam konteks konsumsi di era digital. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 61 orang atau 61,00%, sedangkan laki-laki berjumlah 39 orang atau 39,00%. Berdasarkan semester, responden semester 6 berjumlah 33 orang, semester 4 sebanyak 31 orang, semester 8 sebanyak 22 orang, dan semester 2 sebanyak 14 orang. Berdasarkan uang saku bulanan, kelompok terbesar berada pada rentang Rp500.000–Rp1.000.000 sebanyak 38 responden. Selain itu, 89 responden atau 89,00% menyatakan menggunakan e-money.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	61	61,00%
	Laki-laki	39	39,00%
Semester	2	14	14,00%
	4	31	31,00%
	6	33	33,00%
	8	22	22,00%
Uang saku	< Rp500.000	19	19,00%

e-money	Rp500.000– Rp1.000.000	38	38,00%
	Rp1.000.001– Rp1.500.000	26	26,00%
	> Rp1.500.000	17	17,00%
	Ya	89	89,00%
	Tidak	11	11,00%

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan (X)	100	20	100	58,050	24,088
Perilaku Konsumtif (Y)	100	20	100	61,160	24,759

Literasi Keuangan mempunyai rata-rata skor 58,050 dengan standar deviasi 24,088. Perilaku Konsumtif mempunyai rata-rata skor 61,160 dengan standar deviasi 24,759. Rata-rata skor kedua variabel berada pada rentang tengah skor teoritis. Dari sisi indikator, sikap keuangan merupakan indikator dengan rata-rata skor tertinggi pada variabel literasi keuangan, sedangkan pembelian tanpa perencanaan merupakan indikator dengan rata-rata skor tertinggi pada perilaku konsumtif.

Tabel 4. Rata-Rata Skor Indikator

Variabel	Indikator	Rata-rata
Literasi Keuangan	Pengetahuan keuangan	11,55
	Perilaku keuangan	11,62
	Sikap keuangan	11,70
	Keterampilan keuangan	11,56
	Keyakinan keuangan	11,62
Perilaku Konsumtif	Pembelian impulsif	12,25
	Mengikuti tren	12,14
	Promosi atau diskon	12,31
	Pembelian tanpa perencanaan	12,40
	Pemborosan	12,06

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan seluruh 20 item literasi keuangan memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel 0,197. Nilai r hitung berada pada rentang 0,859 sampai 0,918. Seluruh 20 item perilaku konsumtif juga valid dengan nilai r hitung berada pada rentang 0,838 sampai 0,922. Dengan demikian, seluruh item memenuhi kriteria validitas yang digunakan.

Tabel 5. Ringkasan Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	r hitung Minimum	r hitung Maksimum	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X)	20	0,859	0,918	Seluruh item valid
Perilaku Konsumtif (Y)	20	0,838	0,922	Seluruh item valid

Uji reliabilitas menghasilkan Cronbach's Alpha sebesar 0,988 untuk literasi keuangan dan 0,988 untuk perilaku konsumtif. Nilai tersebut jauh di atas batas 0,70 sehingga kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi dalam dataset.

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X)	0,988	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,988	Reliabel

Uji Normalitas

Uji normalitas residual menghasilkan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,047 dengan signifikansi 0,975. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, residual model dinyatakan berdistribusi normal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa asumsi normalitas untuk regresi linear sederhana terpenuhi.

Tabel 7. Uji Normalitas Residual

N	K-S Statistic	Sig.	Kesimpulan
100	0,047	0,975	Normal

Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Hasil regresi linear sederhana menghasilkan konstanta sebesar 102,947 dan koefisien literasi keuangan sebesar -0,720. Persamaan regresi adalah $Y = 102,947 - 0,720X$. Koefisien negatif menunjukkan bahwa arah hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif adalah berlawanan. Secara model, setiap kenaikan satu satuan skor literasi keuangan berkaitan dengan penurunan skor perilaku konsumtif sebesar 0,720 satuan.

Tabel 8. Regresi Linear Sederhana

Model	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	102,947	4,654	22,119	0,000
Literasi Keuangan (X)	-0,720	0,074	-9,713	0,000

Uji t menghasilkan nilai t sebesar -9,713 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, hipotesis nol ditolak dan hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam dataset.

Uji F menghasilkan nilai F sebesar 94,352 dengan signifikansi 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan. Nilai R sebesar 0,700 dan R Square sebesar 0,491

menunjukkan bahwa literasi keuangan menjelaskan 49,10% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 50,90% sisanya berada di luar model.

Tabel 9. Model Summary dan Uji F

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate	F	Sig. F
0,700	0,491	0,485	17,762	94,352	0,000

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital. Hasil ini dapat dijelaskan dari fungsi literasi keuangan sebagai kemampuan internal untuk menyaring keputusan penggunaan uang. Mahasiswa yang mampu memahami kondisi keuangan, membedakan kebutuhan dan keinginan, menyusun prioritas, mengendalikan pengeluaran, serta mempertimbangkan konsekuensi pembelian memiliki dasar yang lebih kuat untuk menunda atau menolak transaksi yang tidak diperlukan. Hasil tersebut searah dengan Wanggitha dan Anggita (2025), yang menemukan pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi Universitas Bangka Belitung. Kesamaan arah hasil memperkuat argumentasi bahwa kemampuan pengelolaan keuangan dapat berfungsi sebagai mekanisme pengendalian konsumsi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Lestari et al. (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan memiliki koefisien negatif ketika dimasukkan bersama gaya hidup.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif pada dataset paling tinggi ditunjukkan oleh indikator pembelian tanpa perencanaan. Hal ini relevan dengan karakteristik lingkungan digital. Konsumen dapat menemukan produk yang tidak direncanakan melalui iklan, rekomendasi algoritmik, media sosial, dan marketplace, lalu melakukan transaksi dalam waktu singkat. Penelitian Susilowati et al. (2025) menegaskan bahwa kemudahan fintech payment dan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam memahami pola konsumsi mahasiswa. Dewi (2024) juga menunjukkan bahwa digital payment dapat memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumsi generasi Z.

Pada sisi lain, hasil penelitian terdahulu tidak selalu konsisten. Oktaviani et al. (2023) menemukan pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, tetapi arah koefisien dalam penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini. Anggraeni (2023) justru menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial ketika diuji bersama penggunaan e-money, gaya hidup, dan teman sebaya. Mohehu et al. (2025) juga menemukan hubungan positif dan signifikan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Perbedaan arah dan kekuatan pengaruh menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat bekerja dalam konteks yang dipengaruhi oleh karakteristik responden, indikator instrumen, lingkungan sosial, gaya hidup, serta bentuk teknologi konsumsi yang digunakan.

Perbedaan temuan tersebut merupakan bagian penting dari kontribusi penelitian. Penelitian ini tidak menempatkan literasi keuangan sebagai satu-satunya penyebab perilaku konsumtif, melainkan sebagai salah satu faktor yang secara statistik signifikan dalam model. Nilai R Square sebesar 49,10% menunjukkan bahwa masih terdapat 50,90% variasi perilaku konsumtif yang tidak dijelaskan oleh literasi keuangan. Faktor lain seperti gaya hidup, teman sebaya, media sosial, kontrol diri, penggunaan e-money, digital payment, dan kondisi ekonomi keluarga dapat menjadi bagian dari penjelasan yang lebih luas.

Secara teoritis, hasil ini mendukung pandangan bahwa kualitas keputusan konsumsi berkaitan dengan kemampuan individu mengelola sumber daya ekonomi. Konsumsi merupakan keputusan penggunaan

sumber daya sehingga mahasiswa perlu mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan membayar, prioritas, dan konsekuensi keuangan. Dalam lingkungan digital yang menyediakan stimulus secara terus-menerus, kemampuan tersebut menjadi semakin penting. Literasi keuangan dapat membantu mahasiswa mengubah pengetahuan keuangan menjadi keputusan yang lebih terencana.

Secara praktis, temuan penelitian mengarah pada pentingnya penguatan literasi keuangan yang bersifat aplikatif. Pembelajaran Pendidikan Ekonomi dapat memasukkan latihan penyusunan anggaran pribadi, evaluasi promosi digital, simulasi keputusan pembelian, perhitungan biaya kesempatan, dan pengendalian pembelian impulsif. Strategi tersebut lebih dekat dengan pengalaman mahasiswa dibandingkan pembelajaran yang hanya berorientasi pada definisi dan konsep.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital dalam dataset yang dianalisis. Instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sedangkan residual model berdistribusi normal. Regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 102,947 - 0,720X$. Uji t menghasilkan $t = -9,713$ dengan signifikansi 0,000 dan uji F menghasilkan $F = 94,352$ dengan signifikansi 0,000. Nilai R Square sebesar 0,491 menunjukkan bahwa literasi keuangan menjelaskan 49,10% variasi perilaku konsumtif dalam model.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memahami dan menerapkan pengelolaan keuangan berkaitan dengan kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih rendah. Penguatan literasi keuangan perlu diarahkan pada penerapan nyata, terutama kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, menyusun anggaran, mengendalikan pembelian spontan, serta mengevaluasi stimulus konsumsi digital. Penelitian selanjutnya dapat memperluas model dengan memasukkan gaya hidup, kontrol diri, teman sebaya, media sosial, digital payment, atau faktor sosial ekonomi agar variasi perilaku konsumtif yang belum dijelaskan dapat dianalisis lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. T. (2023). Pengaruh penggunaan e-money, gaya hidup, teman sebaya, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 11(4), 22–43.
- Anggorowati, A., & Sari, D. E. (2024). The effect of digital payment and e-service quality on consumptive behavior among Shopee users. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 7(1). <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i1.4405>
- Andriani, B. F., Diniah, Z., & Rosmanidar, E. (2023). Pengaruh digital payment ShopeePay dan locus of control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2). <https://doi.org/10.30631/ijoeib.v8i2.2003>
- Dewi, A. A. (2024). The effect of digital payment on Generation Z's consumptive behaviour. *International Journal Administration, Business & Organization*. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.321>
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, electronic money, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.349>
- Karamoy, P., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2025). The influence of financial literacy and lifestyle on financial behavior through consumptive behavior as an intervening variable: Indonesia. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*.
- Lestari, A., et al. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

- mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 5(2).
<https://doi.org/10.20961/jppak.v5i2.103049>
- Mohehu, F., Gani, I. P., Ahmad, R., & Kasim, M. (2025). Peran literasi keuangan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Mu'amala, R., & Wahjudi, E. (2021). Peran literasi keuangan dalam memediasi pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-commerce. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 883–896. <https://doi.org/10.24843/EEB.2021.v10.i10.p06>
- Novianti, A., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis perilaku konsumtif mahasiswa. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13701–13706. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6263>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, & Rahman. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The influence of financial literacy and reference group toward consumptive behavior across senior high school students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>
- Susilowati, N., Alnadhifah, V., Fitriana, S., Mahardika, P. W., & Saputra, B. B. (2025). Pengaruh financial technology (fintech) payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 22(2). <https://doi.org/10.21831/jep.v22i2.89987>
- Trisuci, C. M., & Abidin, F. I. N. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram, gaya hidup, sikap keuangan, dan kemudahan fasilitas digital payment pada mobile banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 16. <https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.781>
- Wanggitha, R. I. A., & Anggita, W. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi di Universitas Bangka Belitung. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 6(2), 61–70.
- Wijaya, A. P., Putri, S. N., & Saputra, M. R. (2026). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XII SMA Negeri 15 Surabaya. *Educational Note*, 2(2).
<https://doi.org/10.70716/edunote.v2i2.289>