
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT* DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* MAHASISWA UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA

Nikmata Sari, Rasdan

Program Studi Magister Manajemen Inovasi Universitas Teknologi Sumbawa
Jalan Raya Olat Maras, Moyo Hulu, Batu Alang, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat
Corrseponden Author : nikmatasari1@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan secara simultan literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* studi kasus mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan, yaitu data primer didapatkan dari data hasil kuisioner yang disebar kepada mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa serta data mahasiswa aktif dari bagian kemahasiswaan. Selain itu, untuk data sekunder didapatkan dari data hasil studi literatur yang dilakukan oleh peneliti. Sampel dalam penelitian ini adalah 361 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Teknologi Sumbawa yang pernah melakukan belanja *online* dan transaksi dengan *digital payment*. Alat bantu analisis data menggunakan SPSS 25 yaitu meliputi analisis statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan, sementara *digital payment* dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Sementara, secara simultan literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Selain itu, kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat berdasarkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 50,3% dan sisanya sebesar 49,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Literasi Keuangan, *Digital Payment*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Belanja *Online*.

Abstract

This study aims to determine the influence of partial and simultaneous financial literacy, *digital payments*, and lifestyle on the consumptive behavior of *online* shopping case studies of Sumbawa University of Technology students. This research is a quantitative descriptive study. The type of data used, namely primary data, was obtained from questionnaire results data distributed to students of Sumbawa University of Technology as well as active student data from the student affairs department. In addition, secondary data were obtained from data from literature studies conducted by researchers. The sample in this study was 361 respondents who were active students of Sumbawa University of Technology who had done *online* shopping and transactions with *digital payments*. Data analysis tools using SPSS 25 include descriptive statistical analysis, data quality testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that partially financial literacy had a negative and significant effect, while *digital payments* and lifestyle had a positive and significant effect on the consumptive behavior of *online* shopping of Sumbawa University of Technology students. Meanwhile, simultaneously financial literacy, *digital payments*, and lifestyle have a

positive and significant effect on the consumptive behavior of *online* shopping of Sumbawa University of Technology students. In addition, the ability of free variables to describe bound variables based on the *Adjusted R Square* value of 50.3% and the remaining 49.7% is explained by other variables not discussed in this study.

Keywords:

Financial *Literacy*, *Digital Payment*, Lifestyle, Consumptive Behavior, *Online Shopping*.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan dan penggunaan internet dari tahun ke tahun menyebabkan perubahan pola pikir masyarakat Indonesia secara bertahap terhadap transaksi barang dan jasa. Hal ini dapat dilihat dari aktivitas masyarakat yang memanfaatkan internet dalam transaksi belanja barang dan jasa, yaitu dengan memanfaatkan bantuan aplikasi yang dinilai lebih *simple* dan mudah. Salah satu aktivitas yang banyak dilakukan adalah membeli kebutuhan yang dimana proses sebelumnya harus ke toko secara langsung untuk dapat melakukan transaksi jual beli. Namun, berbeda dengan sekarang dimana pergeseran transaksi jual beli sudah memanfaatkan internet yang selanjutnya disebut dengan belanja *online*. Belanja *online* menjadi tempat penawaran barang dan jasa lewat internet yang bisa di lihat di toko *online* (Sardiyo & Martini, 2022). Proses transaksi dengan model *online* dapat memudahkan masyarakat dari berbagai usia maupun profesi dalam membeli kebutuhan maupun keinginan tanpa harus keluar dari rumah menuju toko.

Seiring dengan hal tersebut, literasi keuangan harusnya menjadi pengetahuan dasar yang dipahami oleh konsumen agar terhindar dari masalah keuangan yang tidak sehat (Krishna et al., 2010). Kesulitan keuangan dapat dipicu karena kurang teliti yang menimbulkan kesalahan dalam perencanaan maupun pengelolaan keuangan. Salah satu indikator yang menyebabkan kurang sehatnya literasi keuangan, yaitu adanya kebutuhan masyarakat yang terus meningkat dan didukung maraknya toko *online* sehingga memfasilitasi intensitas jual beli.

Hal ini mengakibatkan terjadinya perilaku konsumtif di berbagai daerah

yang semakin meningkat (Ridwan et al., 2018). Perilaku konsumtif adalah perilaku yang membeli barang secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan (Dianingsih, 2020). Akibat dari adanya perilaku konsumtif, yaitu membawa dampak negatif dengan adanya pengeluaran keuangan yang boros untuk membeli barang-barang yang tidak di perlukan dan nafsu untuk membeli barang yang sulit di kontrol. Munculnya perilaku boros dan *hedonisme* yang semakin sulit di kontrol hingga timbulnya kecemburuan sosial karena melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki responden lain. Sehingga menimbulkan keinginan untuk meniru dan membelinya, kesempatan menabung berkurang, cenderung tidak bisa menyiapkan kebutuhan mendatang, tidak memiliki dana darurat, dan sulit membedakan antara keinginan serta kebutuhan.

Adanya perilaku konsumtif didukung dengan maraknya toko *online* yang semakin dimudahkan dengan hadirnya berbagai macam jenis pembayaran. Ragam dari jenis pembayaran pada toko *online* yang dikenal dengan istilah *digital payment*. Hadirnya model pembayaran dengan *digital payment* memungkinkan konsumen untuk membayar maupun mentransfer uang secara lebih mudah (Iradianty & Aditya, 2020). Proses transaksi yang dilakukan dengan bisa dilakukan melalui m-banking, e-money dan lain sebagainya yang bisa diakses melalui *smartphone*.

Semakin banyaknya kemudahan yang diberikan dalam transaksi *online* maka pola gaya hidup dengan perilaku konsumtif juga berubah (Fatmawati, 2020). Perubahan gaya hidup ini dipengaruhi sebagian besar dari lingkungan, contohnya lingkungan

pertemanan yang ruang lingkupnya memiliki gaya hidup hedonisme atau dikenal dengan gaya hidup mewah (Azizah, 2020). Perilaku konsumtif ini didukung dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari sumber data yang dikeluarkan oleh databoks.katadata melalui website resminya dituliskan oleh (Annur, 2022) bahwa data pengguna internet di Indonesia terhitung pada bulan Januari 2022 sebanyak 204,7 juta. Sedangkan, pengguna internet untuk Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik melalui website resminya (bps.go.id, 2022), pada tahun 2017-2019 menyebutkan bahwa dari tahun 2017 sebanyak 22,64 persen, tahun 2018 sebanyak 28,31 persen, dan tahun 2019 sebanyak 39,16 persen.

Data pengguna internet tersebut, sejalan dengan survei pada Maret 2022 melalui website yang dirilis pada 2 Juni 2022 oleh lembaga Katadata Insight Center (KIC), Kredivo, yang ditulis oleh (Dihni, 2022) trend konsumen belanja *online* di dominasi oleh generasi Z dan milenial dengan rentan usia 18-25 tahun sebanyak 29 persen yang melakukan transaksi belanja *online*. Konsumen pada usia ini merupakan generasi Z dan milenial sehingga pemilihan sampel mahasiswa S1 Universitas Teknologi Sumbawa dapat mempersentasikan perilaku konsumen dalam belanja *online*.

Hal ini didukung dengan riset awal yang dilakukan, yaitu dengan penyebaran kuesioner pada mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Sebaran responden untuk riset awal diisi oleh 30 mahasiswa yang terdiri dari angkatan 2018 sampai dengan angkatan 2022. Berdasarkan kuesioner yang disebar dan diisi oleh 30 responden dengan persentase 40% mahasiswa perempuan serta 60% mahasiswa laki-laki dengan rentang usia, yaitu 18 sampai dengan 19 tahun 34%, rentang usia 20 sampai dengan 21 tahun 43%, dan persentase 22 sampai dengan 23 tahun 23%.

Hasil dari sebaran kuesioner tersebut menyatakan bahwa 30 responden pernah melakukan belanja *online*. Intensitas

belanja setiap bulan dengan persentase 54 % kurang dari atau sama dengan 2 kali transaksi, persentase 23% dengan intensitas belanja 2 sampai 5 kali transaksi, persentase 13% dengan intensitas belanja 5 sampai dengan 7 kali dan persentase 10% dengan intensitas belanja lebih dari 7 kali. Sementara persentase dominan uang belanja mahasiswa, yaitu 50% dengan nilai kurang dari atau sama dengan 500 ribu rupiah perbulan. Sedangkan mahasiswa dengan uang bulanan 500 ribu sampai dengan 1 juta rupiah memiliki persentase 40%. Mahasiswa dengan uang belanja 1 juta sampai dengan 3 juta rupiah dengan persentase 10%. Dari survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden, konsumtif mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa dalam membeli barang melalui toko *online* dengan persentase 22% yaitu pada barang jenis pakaian. Sedangkan, barang jenis elektronik dan kosmetik memiliki persentase 13% serta persentase lainnya digunakan untuk kebutuhan pulsa dan kebutuhan lainnya.

Melihat fenomena tersebut, di perlukan adanya pemahaman mengenai literasi keuangan bagi mahasiswa agar bisa mengatur keuangan mereka dengan baik dan tertata. Hal ini di perlukan supaya perilaku konsumtif tersebut tidak berkepanjangan dan berakibat membuat mereka kesulitan nantinya dalam mengatur keuangan mereka sendiri. Literasi keuangan merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap individu supaya terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya dari pendapatan saja (rendahnya pendapatan), namun kesulitan keuangan terjadi akibat dari pengelolaan keuangan yang salah (Rahma et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang dapat mengukur pengaruh literasi keuangan, *digital payment* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dengan studi kasus mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.

B. LANDASAN TEORI

Pada landasan teori membahas teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Menurut Susanti & Saputro (2020), mengartikan bahwa literasi keuangan adalah tingkat ukur seseresponden dalam mengetahui mengenai konsep-konsep keuangan dan kemampuan dalam hal keyakinan mengelola keuangan pribadi melalui rencana keuangan jangka panjang yang sehat.

Digital Payment

Menurut Bank Indonesia melalui website resminya (Departemen Komunikasi, 2020) mengatakan bahwa sarana pembayaran elektronik di Indonesia semakin berkembang sangat pesat dan maju. Kehidupan masyarakat seiring dengan perkembangan zaman, melahirkan pola pemikiran terbaru.

Gaya Hidup

Konsep yang berhubungan dengan gaya hidup adalah psikografik yang dimana penggambaran psikologi konsumen (Khabiba, 2020).

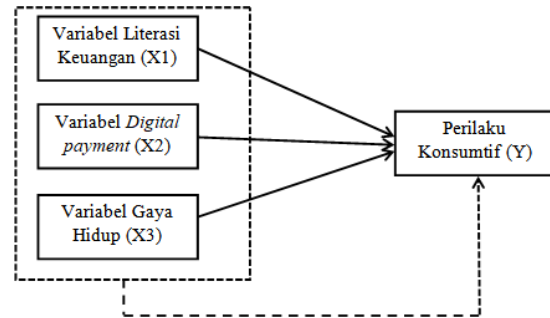
Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Qurotaa'yun & Krisnawati (2019), menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan kegiatan membeli dan mengkonsumsi barang serta jasa dengan berlebihan, dimana tindakan ini tidak didasarkan dengan pertimbangan secara rasional dan cenderung mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan demi mencapai kepuasan dan kesenangan dalam diri.

Konsep Berpikir

Kerangka berpikir atau yang juga dikenal dengan kerangka konseptual yang

berisi mengenai variabel yang akan diteliti, yaitu berisi pengaruh atau hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Peran kerangka berpikir ialah untuk memudahkan pemahaman rumusan masalah, hipotesis dan metode penelitian yang akan dikerjakan (Sarmanu, 2017).



Gambar 1. Kerangka Berpikir

C. METODE

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data (1) kuisioner yang disebar kepada seluruh mahasiswa aktif Universitas Teknologi Sumbawa Tahun Ajaran 2022/2023 Ganjil; (2) observasi dan (3) studi literatur.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang menjadi sasaran penelitian (Bungin, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Teknologi Sumbawa yang pernah melakukan belanja *online* dan transaksi dengan *digital payment* sebanyak 3.772 mahasiswa.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sudaryana & Agusiady, 2022). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa yang pernah melakukan belanja *online* dan menggunakan *digital payment*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah menggunakan pendekatan slovin sehingga pengambilan sampel dapat dilakukan dengan tepat dan dapat mewakili populasi (Sinambela, 2014). Pendekatan pengambilan sampel

berdasarkan slovin dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Persentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan penetapan sampel (5%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka sampel yang dapat diambil dalam penelitian pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* (studi kasus mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa) sebagai berikut:

$$n = \frac{3.772}{1 + (3.772 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{3.772}{1 + (3.772 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{3.772}{1 + 9,43}$$

$$n = \frac{3.772}{10,43}$$

$$n = 361$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 361 responden.

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan, yaitu uji validitas dan realibilitas pada instrumen penelitian. Selain itu juga menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji F, uji t dan uji koefisien determinasi. Sedangkan, fokus yang dibahas pada pembahasa, yaitu uji regresi linear berganda meliputi uji F, uji t dan uji koefisien determinasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Koefisien Regresi

Hasil analisis yang dilakukan dengan regresi linear berganda meliputi variabel bebas, yaitu literasi keuangan (X1), *Digital Payment* (X2), dan Gaya Hidup (X3) serta varibel terikat, yaitu Perilaku Konsumtif. Hasil dari koefisien regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Koefisien Regresi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandar dized Coefficient s	Std. Error	Standar dized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	3,101	1,323		2,345	0,020
X1	-0,179	0,071	-0,116	-2,532	0,012
X2	0,150	0,068	0,101	2,196	0,029
X3	0,814	0,045	0,707	18,182	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang telah diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, maka persamaan regresi dalam penelitian pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,101 - 0,179X_1 + 0,150X_2 + 0,814X_3 + e$$

Persamaan regresi di atas dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai 3,101 pada konstanta (α) memberikan pengertian bahwa jika variabel literasi keuangan (X1), variabel *digital payment* (X2), dan variabel gaya hidup (X3) adalah tetap maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 3,101.
2. Nilai koefisien literasi keuangan (X1) - 0,179 menyatakan jika literasi keuangan meningkat 1 satuan maka perilaku konsumtif menurun -0,791%. Sebaliknya, literasi keuangan menurun 1 satuan maka perilaku konsumtif naik. Disini literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi literasi keuangan maka perilaku konsumtif semakin menurun.
3. Nilai koefisien *digital payment* (X2) 0,150 menyatakan jika *digital payment* meningkat 1 satuan maka perilaku konsumtif meningkat 0,150%. Sebaliknya, jika *digital payment*

menurun 1 satuan maka perilaku konsumtif menurun sebesar 0,150%. Disini *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin baik *digital payment* maka perilaku konsumtif akan menurun. Semakin menurun *digital payment* maka akan meningkatkan perilaku.

4. Nilai koefisien gaya hidup (X3) 0,814 menyatakan jika gaya hidup meningkat 1 satuan maka perilaku konsumtif naik sebesar 0,814%. Sebaliknya jika gaya hidup menurun 1 satuan maka perilaku konsumtif menurun sebesar 0,814%. Disini gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup maka perilaku konsumtif meningkat. Semakin menurun gaya hidup maka perilaku konsumtif menurun.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Tabel 2 menunjukkan hasil dari uji parsial (uji t) pada penelitian.

Tabel 2. Uji t Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1 (Constant)	3,101	1,323		2,345	0,020
X1	-0,179	0,071	-0,116	-2,532	0,012
X2	0,150	0,068	0,101	2,196	0,029
X3	0,814	0,045	0,707	18,182	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang telah diolah (2023)

1. Literasi keuangan (X1)

Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 25 diperoleh nilai t_{hitung} untuk

literasi keuangan adalah -2,532. Sedangkan t_{tabel} untuk jumlah responden sebanyak 361 dengan derajat kebebasan (dk) = 361-4 diperoleh 1,966. Sehingga diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar -2,532 > 1,966 dan nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05, maka dapat diambil kesimpulan literasi keuangan secara signifikan mempunyai hubungan terhadap perilaku konsumtif dengan menerima H1. Hal ini menyatakan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel terikat perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.

2. Digital Payment (X2)

Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 25 diperoleh nilai t_{hitung} untuk *digital payment* adalah 2,196. Sedangkan t_{tabel} untuk jumlah responden sebanyak 361 dengan derajat kebebasan (dk) = 361-4 diperoleh 1,966. Sehingga diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 2,196 > 1,966 dan nilai signifikansi sebesar 0,029 < 0,05, maka dapat diambil kesimpulan *digital payment* secara signifikan mempunyai hubungan terhadap perilaku konsumtif dengan menerima H2. Hal ini menyatakan bahwa *digital payment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.

3. Gaya Hidup (X3)

Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 25 diperoleh nilai t_{hitung} untuk gaya hidup adalah 18,182. Sedangkan t_{tabel} untuk jumlah responden sebanyak 361 dengan derajat kebebasan (dk) = 361-4 diperoleh 1,966. Sehingga diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 18,182 > 1,966 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat diambil kesimpulan gaya hidup secara signifikan mempunyai hubungan terhadap perilaku konsumtif dengan menerima H3. Hal ini menyatakan bahwa gaya hidup memberikan

pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan dengan membandingkan signifikansi dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sehingga menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model regresi berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 3. Uji F Regresi Linear Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	5794,126	3	1931,375	122,357	.000 ^b
	Residual	5635,143	5	15,785		
	Total	11429,269	8			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data primer yang telah diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 122,357 dengan nilai 2,629 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $122,357 > 2,629$. Selain itu, tabel uji F regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas literasi keuangan (X1), *digital payment* (X2) dan gaya hidup (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur komponen model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Tabel 4. Uji R² Regresi Linear Berganda Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	0,507	0,503	3,973

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data primer yang telah diolah (2023)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi yang terdapat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,503. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif adalah sebesar 50,3%. Sisanya 49,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa sebagai berikut:

1. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini berarti, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, maka perilaku konsumtif semakin menurun
2. *Digital payment* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini berarti, semakin tinggi penggunaan *digital payment* maka perilaku konsumtif akan semakin meningkat.
3. Gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas

Teknologi Sumbawa. Hal ini berarti, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka perilaku konsumtif akan semakin meningkat.

4. Secara simultan, variabel bebas yang terdiri dari literasi keuangan, *digital payment*, dan gaya hidup, secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Maksudnya ialah, dengan gaya hidup mahasiswa serta penggunaan *digital payment* yang tinggi mengakibatkan perilaku konsumtif akan semakin meningkat. Namun hal ini bisa ditekankan dengan pemahaman atau pengetahuan mahasiswa mengenai literasi keuangan.

Penelitian ini memberikan saran untuk peneliti selanjutnya hendaknya memperluas sampel dalam penelitian, hal ini dimaksudkan agar menjadi pembandingan hasil penelitian antara satu instansi pendidikan dengan beberapa instansi pendidikan lainnya. Variabel yang diteliti hanya empat yang terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Sangat disarankan untuk mengembangkan variabel yang digunakan, supaya dapat mengetahui adanya variabel-variabel lain yang juga bisa mempengaruhi variabel perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Adapun bagi mahasiswa sebaiknya lebih bijak lagi dalam mengelola keuangan pribadi, seperti membuat catatan anggaran belanja bulanan, memilih untuk membelanjakan uangnya sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan, menghindari gaya hidup hedonisme atau berfoya-foya dengan teman-teman sebaya. Selain itu, mahasiswa diharapkan mampu melihat keuangan mereka sendiri dalam memutuskan melakukan hal-hal yang menjurus ke perilaku konsumtif, apalagi saat ini toko *online* semakin banyak serta hadirnya *digital payment* yang semakin membuat transaksi bisa dilakukan lebih mudah.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada dosen pembimbing, keluarga, dan seluruh civitas akademika Universitas Teknologi Sumbawa

DAFTAR RUJUKAN

- Annur, C. M. (2022). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)*. Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 94. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma%0A>
- bps.go.id. (2022). *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen), 2017-2019*. www.bps.go.id. <https://www.bps.go.id/indicator/27/12/25/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html>
- Departemen Komunikasi. (2020). *Apa Itu Uang Elektronik*. www.bi.go.id. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Dianingsih, F. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah di IAIN Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dihni, V. A. (2022). *Proporsi Jumlah Transaksi Belanja Online Berdasarkan Kelompok Umur (2020-2021)*. Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/riset-milenial-paling-gemar-belanja-online-saat-pandemi#:~:text=Tercatat%2C%20ada%2048%25%20konsumen%20e,2020%20menjadi%2023%25%20pada%202021.>
- Fatmawati, N. (2020). *Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online*

-
- Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29-38.
<https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2020). Indonesian Student Perception in Digital Payment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 518-530.
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i4.2713>
- Khabiba, C. D. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2017*. Universitas Negeri Semarang.
- Krishna, A. S. S., Sari, M., & Rofaida, R. (2010). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Survey Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (Financial Literacy Level Analysis Among Students and Its Affecting Factors. Survey on UPI). *Academia.Edu*, November, 1-6.
http://www.academia.edu/download/39830776/Analisis_tingkat_literasi_keuangan_di_ka.pdf
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Literasi Keuangan*. www.ojk.go.id.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Journal Accounting and Financee*, 3(1), 48.
- Rahma, S. U. U., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 18(1).
- Ridwan, M., Harahap, I., & Harahap, P. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan). *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.32505/v3i2.1241>
- Sardiyo, & Martini. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3169.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.999>
- Susanti, A., & Saputro, S. M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di STIE Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional (JAMBI)*, 2(1).
-