

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI PENGGUNAAN *E-WALLET* GENERASI Z

Bundari Iyaini¹, Lukmanul Hakim²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

iybunda73@gmail.com

²Ilmu Aktuaria, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa

lukman.hakim@uts.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh literasi keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan e-wallet pada Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden yang diperoleh dengan metode probability sampling, dengan teknik simple random sampling. Data dalam penelitian bersumber dari kuesioner dan menggunakan metode analisis regresi dengan teknik SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-wallet. (2) Teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-wallet. (3) Fintech tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. (4) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. (5) Teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. (6) Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan e-wallet. (7) Teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan e-wallet.

Kata Kunci : Literasi Keuangan; Teman Sebaya; Perilaku Konsumtif; *E-Wallet*.

ABSTRACT

The influence of financial literacy and peers on consumptive behavior through the use of e-wallets in Management Students at the University of Technology, Sumbawa. This research uses quantitative methods. The sample in this study amounted to 80 respondents obtained by probability sampling method. With simple random sampling technique. Research data sourced from questionnaires and using the method of regression analysis with the SEM-PLS technique. The results of this study indicate that (1) Financial literacy has a significant effect on the use of e-wallets. (2) Peers have no significant effect on the use of e-wallets. (3) Fintech has no significant effect on consumptive behavior. (4) Financial literacy has a significant effect on consumptive behavior. (5) Peers have a significant effect on consumptive behavior. (6) Financial literacy has no significant effect on consumptive behavior through the use of e-wallets. (7) Peers have no significant effect on consumptive behavior through the use of e-wallets.

Keywords : Financial Literacy; Peers; Consumptive Behavior; *E-Wallet*.

PENDAHULUAN

Literasi keuangan atau melek keuangan menggambarkan pengelolaan keuangan seseorang untuk mencapai kesejahteraan yang maksimal. Setiap orang membutuhkan kemampuan ini agar dapat terhindar dari masalah masalah keuangan. Tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih terbilang rendah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (2016) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan dari masyarakat Indonesia berada diposisi paling rendah dikawasan ASEAN, yaitu sebesar 29,7%. Sedangkan Malaysia sebesar 66% dan Thailand 77%.

Dalam survei literasi dan inklusi keuangan 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68% lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2019 yaitu sebesar 38,03%. Indeks tersebut menyimpulkan bahwa dari setiap 100 jiwa penduduk Indonesia hanya sekitar 49 orang yang memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan. Jadi dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang belum bisa mengatur keuangan pribadi dengan baik. Literasi keuangan pribadi sangatlah penting dalam mendukung terwujudnya tujuan-tujuan individu. Dengan mengoptimalkan pengelolaan keuangan pribadi, maka individu dapat bertanggung jawab dan mampu merencanakan serta mewujudkan masa depan (Natalia *et.al*, 2019). Sementara Indeks inklusi keuangan tahun 2022 mencapai 85,10% meningkat dibandingkan pada pada tahun 2019 yaitu 76,19%. Pada Gambar 1.1 & 1.2 menunjukkan bahwa tingkat inklusi keuangan masyarakat lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuanga dan Inklusi Keuangan (SNLKI) yang dilakukan oleh OJK tahun 2016, kalangan pelajar dan mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah yaitu sebesar 23,4%, sedangkan tingkat inklusi keuangan lebih tinggi yaitu sebesar 64,2%. Angka tersebut menunjukkan bahwa generasi muda sudah memahami akses layanan keuangan tetapi belum begitu banyak yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan. Literasi keuangan yang rendah dikalangan pelajar atau mahasiswa merupakan masalah yang sangat serius karena pelajar atau mahasiswa sudah termasuk kedalam anggota masyarakat yang pada akhirnya akan membuat literasi keuangan masyarakat juga rendah (Hidajat, 2022).

Dengan adanya *e-wallet* masyarakat lebih mudah dalam melakukan aktivitas tanpa perlu membawa uang tunai yang tentunya membuat repot. Hal ini mengakibatkan pengelolaan keuangan mahasiswa menjadi kurang baik dan cenderung konsumtif, terutama dalam melakukan pembayaran non tunai. Pembayaran tanpa menggunakan uang fisik justru membuat mahasiswa lebih mudah untuk melakukan pembayaran tanpa melakukan pertimbangan terlebih dahulu (Miftah & Murtatik, 2020). Perilaku konsumtif mahasiswa saat ini bukanlah yang langka. Hal ini bisa dilihat dari cara berpakaian mahasiswa yang selalu berganti gaya sesuai dengan trend. Perilaku Konsumtif ini akan terus berlangsung ketika tidak mampu memahami bagaimana cara untuk mengendalikan keinginan dan mengelola keuangannya.

Semakin meningkatnya penggunaan teknologi, sebagai mahasiswa harus mampu memahami kegunaan teknologi tersebut sehingga bisa memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Oleh karena itu, literasi sangat diperlukan dalam membuat keputusan berdasarkan informasi mengenai budaya menabung, memanfaatkan pinjaman dan penggunaan serta pengelolaan uang. Ketika seseorang sulit untuk mengontrol keuangannya seringkali menjadi indikasi rendahnya tingkat *financial literacy* (Atika, 2017). Sebagai generasi muda tentunya harus memiliki pemahaman tentang keuangan, karena pemahaman inilah yang akan membantu dalam mengelola keuangan dimasa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati *et.al*, 2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan jika literasi keuangan yang tinggi dapat menghasilkan perilaku konsumtif yang rendah.

Faktor yang dapat mempengaruhi pola perilaku mahasiswa salah satunya dalam hal mengkonsumsi barang adalah lingkungan teman sebaya. Teman sebaya adalah orang dengan tingkat umur yang sama. Semakin erat hubungan dengan teman sebaya maka dampaknya akan semakin besar pula bagi kehidupan, baik dampak positif maupun dampak negatif (Steinberg, 2001; santrock, 2007).

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati *et.al*, 2022), (Amalia & Setiaji, 2017), (Hidayah & Bowo, 2018) menunjukkan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan jika seseorang yang memiliki teman

sebaya dengan karakter ataupun kebiasaan yang buruk maka akan terpacu untuk melakukan tindakan yang lebih konsumtif dalam berbelanja.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa tidak hanya sekedar mengikuti gaya mutakhir, tetapi mereka terdorong untuk membeli barang diplatform *e-commers* (Rahmawati *et.al*, 2022). Dengan menggunakan *e-wallet* bisa memudahkan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, seperti menerima atau mengirim uang dan berbagai jenis transaksi lainnya baik dalam bidang fashion, pembayaran tagihan, *e-commerce*, kuliner, dan transportasi. Selain itu banyak tawaran cashback dan discount yang menggiurkan. Penelitian yang dilakukan oleh Hidajat (2022) mengatakan bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumen sebelum dan sesudah memiliki *e-wallet*. Sebelum memiliki *e-wallet*, siswa lebih sedikit berbelanja dibandingkan setelah memiliki *e-wallet*. Perkembangan teknologi di era modern ini termasuk dalam hal pembayaran menjadi gaya hidup masyarakat.

Dari penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengukur perilaku konsumtif. Dengan berdasarkan Literasi Keuangan dan Teman Sebaya sebagai variabel independen, akan dilihat variabel yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif gen-Z melalui penggunaan *E-Wallet*. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Literasi Keuangan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui penggunaan *E-Wallet* pada Gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa”.

Adapun tujuan yang diinginkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi-Z.
2. Untuk menguji apakah Teman Sebaya berpengaruh terhadap Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi-Z.
3. Untuk menguji apakah *E-Wallet* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi-Z.
4. Untuk menguji apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi-Z.
5. Untuk menguji apakah Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi-Z.
6. Untuk menguji apakah Literasi Keuangan berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi-Z.
7. Untuk menguji apakah Teman Sebaya berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan *E-Wallet* pada Generasi-Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan

data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS. Pemilihan PLS dalam penelitian ini berlandaskan pada karakteristik data pada model SEM-PLS yang sesuai dengan ukuran sampel bahwa tidak ada masalah identifikasi dan model tetap dapat diestimasi dengan ukuran sampel kecil (Hair Jr *et.al*, 2014). Analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS yang dioperasikan melalui komputer.

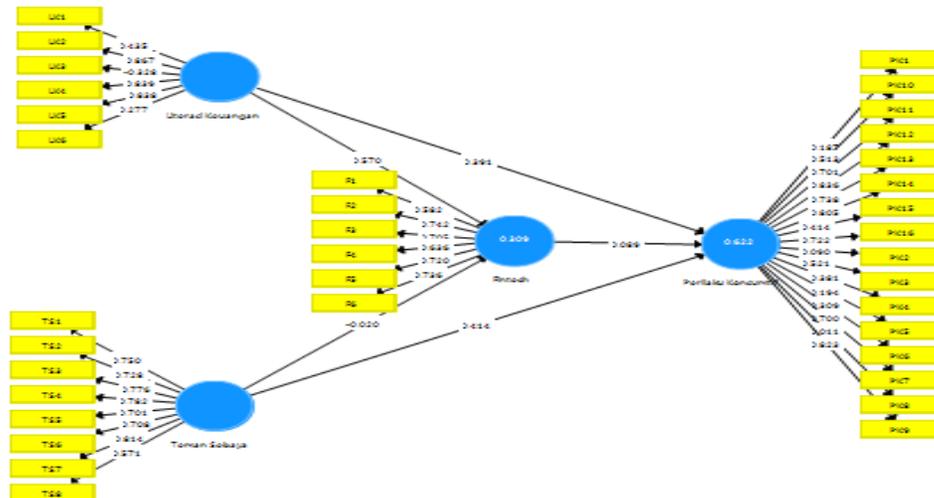
Populasi yaitu keseluruhan objek didalam suatu penelitian yang memiliki ciri khas yang sama. Populasi juga bisa diartikan sebagai wilayah generasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki ciri khas tertentu sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa dengan total 388 Mahasiswa yang aktif pada tahun ajaran 2022/2023.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner dalam penelitian yang menggunakan *Structur Equation Modeling* (SEM) didalam pengolahannya.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Convergen validity

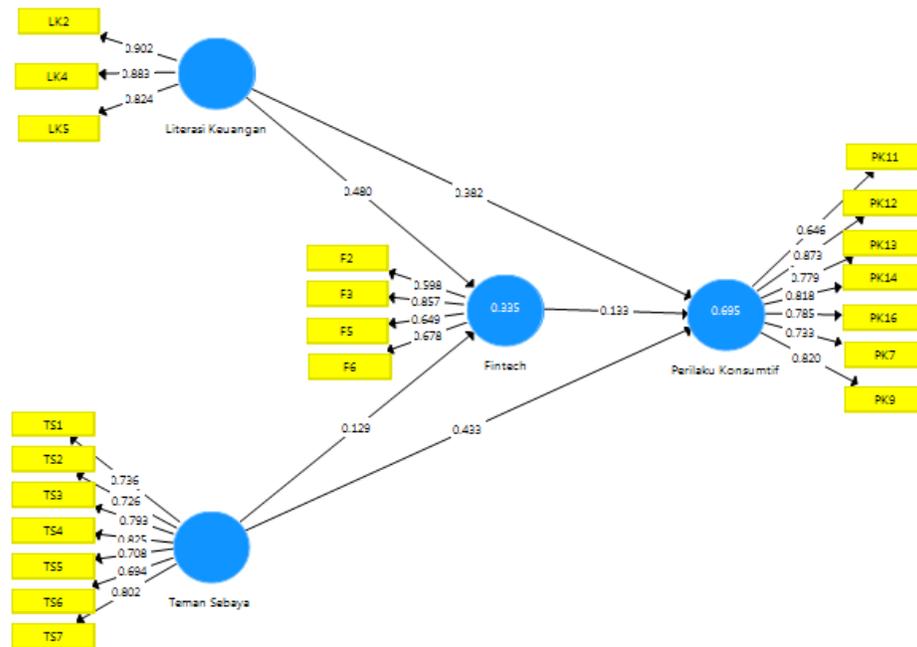


Gambar 2. Hasil Caculate Algorithm

Sumber: *Output* PLS, diolah peneliti, 2023

Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pada awalnya nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan dengan variabel belum memenuhi uji validitas konvergen dikarenakan masih terdapat beberapa indikator yang memiliki

nilai <0,70, sehingga dilakukan penghapusan pernyataan pada konstruk. Pernyataan yang dihapus dari model yaitu F1, F4, LK1, LK3, LK6, PK1, PK2, PK3, PK4, PK5, PK6, PK8, PK10, PK15, TS8.



Gambar 3. Hasil Caculate Algorithm setelah modifikasi

Sumber: *Output PLS*, diolah peneliti, 2023

b. Discriminant validity

Discriminant validity diukur melalui dua tahapan yaitu membandingkan data dari *cross loading* kemudian memperhatikan perolehan *Average Variance Extracted* (AVE). Jika nilai AVE >0,05 nilai dari model tersebut valid (Chin, 1998).

Tabel 1. *Average Variance Extracted*

Variabel	AVE	Keterangan AVE>0.50
Literasi Keuangan	0.757	Valid
Fintech	0.493	Tidak Valid
Perilaku Konsumtif	0.612	Valid
Teman Sebaya	0.572	Valid

Sumber: Data Hasil PLS

Average Variance Extracted (AVE) yaitu nilai yang dapat menggambarkan seberapa besar konstruk atau variabel laten atau konstruk bias menjabarkan indikator-indikator dari *variance*. Dalam penelitian ini Untuk kriteria nilai AVE > 0,50 maka model dapat dinyatakan valid. Dalam penelitian ini *fintech* dinyatakan tidak valid karena nilai AVE < 0,50 yaitu 0,493.

c. Composite Reliability

Terdapat dua cara untuk menguji konstruk agar dapat dinyatakan reliabel yaitu dengan melihat nilai *cronbach alpha* dan *Composite Reliability*. Apabila *cronbach alpha* dan *composite reliability* > 0,70 meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima, maka reliabilitas dinilai baik (Hair Jr *et.al*, 2014).

Tabel 2. CA & CR

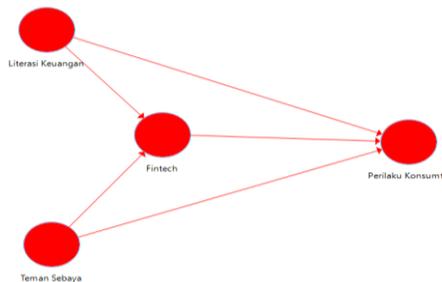
Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	Keterangan CA & CR >0,70
Literasi Keuangan	0.893	0.903	Reliabel
Fintech	0.727	0.792	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.894	0.916	Reliabel
Teman Sebaya	0.874	0.903	Reliabel

Sumber: Data Hasil PLS

Dapat dilihat pada tabel tersebut jika semua variabel memiliki nilai lebih besar dari 0.7 baik dalam CA maupun CR dapat dikatan jika semua variabel memiliki reliable yang baik.

2. Merancang inner model

Model dari perancangan *inner model* yang dibuat dalam bentuk flowchart yang dapat dipakai untuk menggambarkan hubungan atau korelasi dari variabel eksogen endogen yang dilakukan pengolahan (Ghozali, 2014).



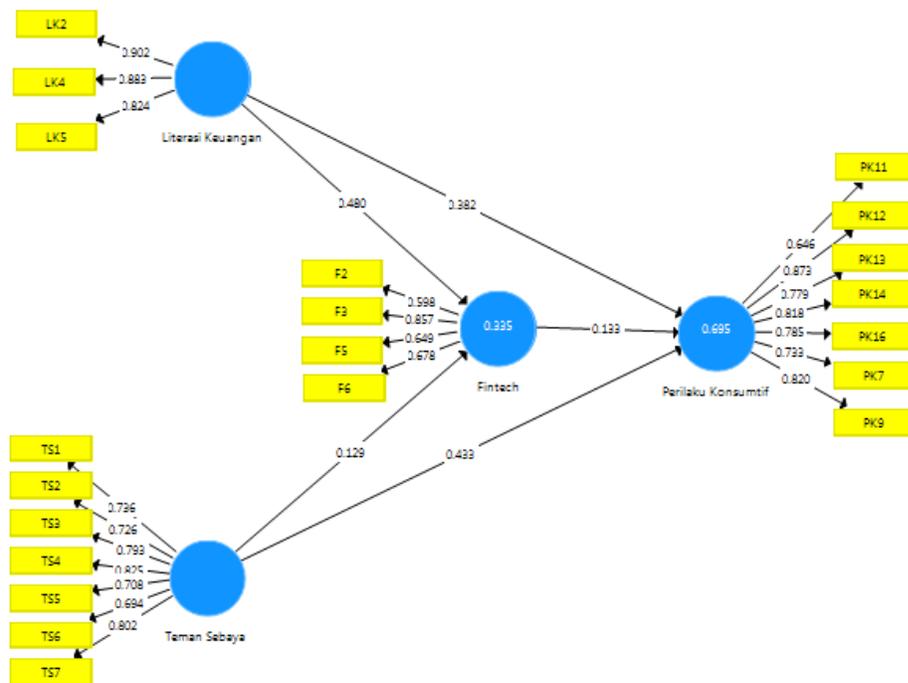
Gambar 4. Inner Model

Sumber: Data Hasil PLS

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa rancangan *inner model* atau model structural dalam penelitian ini menggunakan empat konstruk laten eksogen yaitu Literasi Keuangan, Teman Sebaya, *Fintech*, dan Perilaku Konsumtif. Keempat konstruk ini dihubungkan melalui jalur yang disesuaikan dengan hubungan yang dibangun dalam rumusan masalah serta hipotesis dalam penelitian.

3. Merancang Outer Model

Outer model memperlihatkan atau menggambarkan atau disebut reflektif Indikator reflektif dapat mengansumsikan dalam variabel laten dimana dapat memberikan pengaruh pada indikator atau variabel manifest (Ghozali, 2014).



Gambar 5. Algorithm

Sumber: Data Hasil PLS

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa tanda panah ditarik dari konstruk laten menuju indikatornya atau konstruk manifest. Hal tersebut menjelaskan bahwa setiap pengukuran nilai indikator dalam penelitian ini direfleksikan oleh konstraknya masing-masing baik konstruk Literasi Keuangan, Teman Sebaya, *Fintech*, dan Perilaku Konsumtif.

4. Hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan dengan memperhatikan nilai Tstatistik (uji T). Hipotesis dalam penelitian dapat diterima ketika nilai Tstatistik > 1.96 atau dengan melihat nilai *P-value* < 0.05 (Hair, 2014).

Tabel 3. Hipotesis

Konstruk	Sampel Original	T Statistik	P Values < 0,05	Keterangan (T Statistik > 1,96)
Fintech Z -> Perilaku Konsumtif Y	0.133	1.545	0.123	Tidak signifikan
Literasi Keuangan X1 -> Fintech Z	0.480	2.457	0.014	Signifikan
Literasi Keuangan X1 -> Perilaku Konsumtif Y	0.382	3.580	0.000	Signifikan
Teman Sebaya X2 -> Fintech Z	0.129	0.710	0.478	Tidak signifikan
Teman Sebaya X2 -> Perilaku Konsumtif Y	0.433	3.211	0.001	Signifikan
Literasi Keuangan X1 -> Fintech -> Perilaku Konsumtif Y	0.064	1.377	0.169	Signifikan
Teman Sebaya X2 -> Fintech -> Perilaku Konsumtif Y	0.017	0.489	0.625	Tidak signifikan

Sumber: Data Hasil PLS

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan *E-Wallet*

Berdasarkan output pengaruh langsung menunjukkan bahwa konstruk literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar 2.457 > T-Tabel yaitu 1,96, dan p-value < 0,05 yaitu 0,014.

Literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk memilh aset dan mengelola keuangan mereka dengan kemampuan terbaik yang dapat digunakan untuk merencanakan masa depan (Fariana *et.al.*,nd). Literasi keuangan mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa diukur dengan empat indikator yaitu: Pengetahuan mendasar mengenai pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, kegiatan menabung dan investasi, dan manajemen risiko. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa sudah memiliki literasi keuangan yang baik. Hal ini dapat dilihat melalui

pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 64.333. Pada penelitian ini mahasiswa mengetahui bahwa manfaat menabung adalah untuk keperluan masa depan. Tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal dalam pengelolaan keuangan.

Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 66.625. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam menggunakan *e-wallet* yaitu melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai agar lebih efisien, tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puput Siti Hijir (2022) menunjukkan bahwa orang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka akan semakin tinggi juga dalam penggunaan teknologi keuangan sebagai metode untuk bertransaksi.

Pengaruh Teman Sebaya Keuangan terhadap Penggunaan *E-Wallet*

Berdasarkan output pengaruh langsung menunjukkan bahwa konstruk teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $0.710 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0.478.

Teman sebaya diukur dengan menggunakan 6 indikator yaitu: interaksi sosial yang dilakukan, kebiasaan yang dilakukan teman sebaya, keinginan meniru atau imitasi, sikap solidaritas, memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga atau memberikan pengalaman baru, serta dorongan dan dukungan dari teman sebaya. Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah diakses (Sari & Ronifah, 2019). Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat interaksi dengan teman sebaya yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 61.93. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam berinteraksi yaitu dengan ikut bergaul bersama dengan teman sebaya. Tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal dalam menunjukkan sikap solidaritas.

Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 66.625. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam menggunakan *e-wallet* yaitu melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai agar lebih efisien, tetapi belum mampu mengaplikasikannya

secara maksimal. Maka dapat disimpulkan bahwa teman sebaya tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet*.

Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan output pengaruh langsung menunjukkan bahwa konstruk *fintech* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai T-Statistik sebesar $1.545 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0.123.

Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah diakses. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 66.625. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam menggunakan *e-wallet* yaitu *e-wallet* dapat diakses kapan saja dan dimana saja serta mudah dimengerti. Melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai agar lebih efisien belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal.

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan delapan indikator yaitu: membeli sebuah produk karena iming-iming hadiah atau diskon, membeli sebuah produk karena bentuk kemasan yang menarik, membeli sebuah produk karena demi menjaga sebuah penampilan dan gengsi diri, membeli sebuah produk karena adanya pertimbangan akan harga (bukan didasarkan manfaat maupun kegunaan), membeli sebuah produk karena hanya menjaga sebuah symbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan, munculnya penilaian dalam membeli sebuah produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba suatu produk bukan hanya satu tetapi dua produk dengan jenis yang sama namun dengan merek yang berbeda. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 62.31. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam membeli sebuah produk karena menjaga sebuah symbol status dengan membeli produk dengan kualitas yang baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa. Meskipun secara fungsinya penggunaan *e-wallet* bisa membuat transaksi lebih cepat dan efisien yang bisa mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan output pengaruh langsung menunjukkan bahwa konstruk literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai T-Statistik sebesar $3.580 > T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $< 0,05$ yaitu 0,000.

Literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk memilih aset dan mengelola keuangan mereka dengan kemampuan terbaik yang dapat digunakan untuk merencanakan masa depan (Fariana *et.al.*,nd). Literasi keuangan mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa diukur dengan empat indikator yaitu: Pengetahuan mendasar mengenai pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, kegiatan menabung dan investasi, dan manajemen risiko. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa sudah memiliki literasi keuangan yang baik. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 64.333. Pada penelitian ini mahasiswa mengetahui bahwa manfaat menabung adalah untuk keperluan masa depan . Tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal dalam pengelolaan keuangan.

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan delapan indikator yaitu: membeli sebuah produk karena iming-iming hadiah atau diskon, membeli sebuah produk karena bentuk kemasan yang menarik, membeli sebuah produk karena demi menjaga sebuah penampilan dan gengsi diri, membeli sebuah produk karena adanya pertimbangan akan harga (bukan didasarkan manfaat maupun kegunaan), membeli sebuah produk karena hanya menjaga sebuah symbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan, munculnya penilaian dalam membeli sebuah produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba suatu produk bukan hanya satu tetapi dua produk dengan jenis yang sama namun dengan merek yang berbeda. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 62.31. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam membeli sebuah produk karena menjaga sebuah symbol status dengan membeli produk dengan kualitas yang baik.

Mahasiswa telah mengetahui bahwa manfaat menabung adalah untuk keperluan masa depan, tetapi belum mampu melakukan pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini disebabkan karena Mahasiswa belum mampu mengontrol pengeluarannya, sehingga pengeluaran tidak sebanding dengan jumlah pendapatan yang mengakibatkan mahasiswa cenderung berhutang untuk memenuhi keinginan semata. Kejadian inilah yang dapat menyebabkan kerugian. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dilasari (2020) yang menyatakan bahwa seseorang yang sudah mengetahui tentang literasi keuangan tetapi belum mampu mengimplementasi kannya dalam kehidupan sehari-hari, maka seseorang akan berperilaku konsumtif karena pada dasarnya seseorang tersebut memang suka membeli barang-barang yang bermerek.

Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan output pengaruh langsung menunjukkan bahwa konstruk teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai T-Statistik sebesar $3.211 > T$ -Tabel yaitu 1,96, dan p-value $< 0,05$ yaitu 0,001.

Teman sebaya diukur dengan menggunakan 6 indikator yaitu: interaksi sosial yang dilakukan, kebiasaan yang dilakukan teman sebaya, keinginan meniru atau imitasi, sikap solidaritas, memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga atau memberikan pengalaman baru, serta dorongan dan dukungan dari teman sebaya. Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah diakses (Sari & Ronifah, 2019). Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat teman sebaya yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 61.93. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam berinteraksi yaitu dengan ikut bergau bersama dengan teman sebaya. Tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal dalam menunjukkan sikap solidaritas.

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan delapan indikator yaitu: membeli sebuah produk karena iming-iming hadiah atau diskon, membeli sebuah produk karena bentuk kemasan yang menarik, membeli sebuah produk karena demi menjaga sebuah penampilan dan gengsi diri, membeli sebuah produk karena adanya pertimbangan akan harga (bukan didasarkan manfaat maupun kegunaan), membeli sebuah produk karena hanya menjaga sebuah symbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan, munculnya penilaian dalam membeli sebuah produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba suatu produk bukan hanya satu tetapi dua produk dengan jenis yang sama namun dengan merek yang berbeda. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarkan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 62.31. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam membeli sebuah produk karena menjaga sebuah symbol status dengan membeli produk dengan kualitas yang baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan jika seseorang yang memiliki teman sebaya dengan karakter ataupun kebiasaan yang buruk maka akan terpacu untuk melakukan tindakan yang lebih konsumtif. Mahasiswa mudah terpengaruh terhadap ajakan teman sebaya, karena mahasiswa cenderung menyesuaikan dengan lingkungan pertemanan yang merupakan salah satu informasi mengenai produk layanan yang dibutuhkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa hubungan sosial mahasiswa dengan lingkungan teman sebaya menciptakan

relasi antar individu yang saling membantu satu sama lain sehingga akan timbul keinginan untuk dapat diakui dalam lingkungan tersebut. Frekuensi dalam berinteraksi dengan teman sebaya meningkatkan minat dalam berbelanja. Semakin tinggi pengaruh teman sebaya maka semakin meningkatnya perilaku konsumtif. Atau sebaliknya semakin rendah pengaruh teman sebaya maka akan semakin rendah juga perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan *E-Wallet*

Berdasarkan output pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa konstruk literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $1.377 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0.169.

Literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk memilh asset dan mengelola keuangan mereka dengan kemampuan terbaik yang dapat digunakan untuk merencanakan masa depan (Fariana *et.al.*,nd). Literasi keuangan mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa diukur dengan empat indikator yaitu: Pengetahuan mendasar mengenai pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, kegiatan menabung dan investasi, dan manajemen risiko. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa sudah memiliki literasi keuangan yang baik. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 64.333. Pada penelitian ini mahasiswa mengetahui bahwa manfaat menabung adalah untuk keperluan masa depan . Tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal dalam pengelolaan keuangan.

Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 66.625. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam menggunakan *e-wallet* yaitu melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai agar lebih efisien, tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet*.

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan delapan indikator yaitu: membeli sebuah produk karena iming-iming hadiah atau diskon, membeli sebuah produk karena bentuk kemasan yang menarik, membeli sebuah produk karena demi menjaga sebuah penampilan dan gengsi diri, membeli sebuah produk karena adanya pertimbangan akan harga (bukan didasarkan manfaat maupun kegunaan), membeli sebuah produk karena hanya menjaga sebuah symbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan, munculnya penilaian dalam membeli sebuah produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba suatu produk bukan hanya satu tetapi dua produk dengan jenis yang sama namun dengan merek yang berbeda. Dari hasil penelitian yang

dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 62.31. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam membeli sebuah produk karena menjaga sebuah symbol status dengan membeli produk dengan kualitas yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak memiliki berpengaruh tidak langsung terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *e-wallet*. Sehingga *fintech* tidak mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan *E-Wallet*

Berdasarkan output pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa konstruk teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $0.489 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan $p\text{-value} > 0,05$ yaitu 0,625.

Teman sebaya diukur dengan menggunakan 6 indikator yaitu: interaksi sosial yang dilakukan, kebiasaan yang dilakukan teman sebaya, keinginan meniru atau imitasi, sikap solidaritas, memberikan pengetahuan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga atau memberikan pengalaman baru, serta dorongan dan dukungan dari teman sebaya. Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah diakses (Sari & Ronifah, 2019). Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat teman sebaya yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 61.93. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam berinteraksi yaitu dengan ikut bergau bersama dengan teman sebaya. Tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal dalam menunjukkan sikap solidaritas.

Penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: cepat, efisien, dan mudah. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat penggunaan *e-wallet* yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 66.625. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam menggunakan *e-wallet* yaitu melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai agar lebih efisien, tetapi belum mampu mengaplikasikannya secara maksimal. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet*.

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan delapan indikator yaitu: membeli sebuah produk karena iming-iming hadiah atau diskon, membeli sebuah produk karena bentuk kemasan yang menarik, membeli sebuah produk karena demi menjaga sebuah penampilan dan gengsi diri, membeli sebuah produk karena adanya pertimbangan akan harga (bukan didasarkan manfaat maupun kegunaan), membeli sebuah produk karena hanya menjaga sebuah symbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan,

munculnya penilaian dalam membeli sebuah produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba suatu produk bukan hanya satu tetapi dua produk dengan jenis yang sama namun dengan merek yang berbeda. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui pernyataan-pernyataan dari kuesioner penelitian yang telah disebarakan yang memperoleh hasil baik yaitu dengan indeks 62.31. Pada penelitian ini terdapat salah satu hal yang dilakukan dalam membeli sebuah produk karena menjaga sebuah symbol status dengan membeli produk dengan kualitas yang baik. Hal ini mengindkasikan bahwa teman sebaya tidak memiliki berpengaruh tidak langsung terhadap perilaku konsumtif melauai penggunaan *e-wallet*. Sehingga *fintech* tidak mampu memediasi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dengan menggunakan program *SmartPLS* diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $2.457 > T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $< 0,05$ yaitu 0,014.
2. Teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $0.710 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0.478.
3. *Fintech* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai T-Statistik sebesar $1.545 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0.123.
4. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai T-Statistik sebesar $3.580 > T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $< 0,05$ yaitu 0,000.
5. Teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai T-Statistik sebesar $3.211 > T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $< 0,05$ yaitu 0,001.
6. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $1.377 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0.169.
7. Teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui penggunaan *e-wallet* dengan nilai T-Statistik sebesar $0.489 < T\text{-Tabel}$ yaitu 1,96, dan p-value $> 0,05$ yaitu 0,625.

Bagi peneliti selanjutnya Diharapkan agar dapat memperluas objek penelitian dan tidak hanya pada Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Sumbawa serta dapat menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kecerdasan emosional dan gaya

hidup yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif melalui penggunaan *E-Wallet*, dimana model dalam penelitian ini hanya dapat menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 69% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*.
- Atika, R. D. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Love of Money, dan Hasil Belajar Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi Unesa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modelling (SEM) metode alternative dengan Partial Least Square*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsp Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universita Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 50-56.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*.
- Hidajat, N. L. (2022). E-Wallet Make Users More Consumtive? *Journal of Economics and Banking*
- Hidayah, N., & Bowo, P.A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025-1039.
- Miftah, M., & Muratik, S. (2020). Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society. In *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi I*.
- Otoritas Jasa Keuangan, O. (2016). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan. *Survey Report*.
- Otoritas Jasa Keuangan, O. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025. 1-130.

- Rahmawati, Z., Nurfitri, T., & Widiastuti, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman). *Soedirman Economics Education Journal*
- Santrock, J. (2007). *Perkembangan Anak*. Ed ke-7. Rachmawati M dan Kuswanti A, penerjemah; Hardani W, editor. Jakarta: Erlangga. Terjemahan dari: *Child Development, eleventh edition*.
- Steinberg, J. (2001). *Adolescence, sixth edition*. New York: Mc Graw Hill Higher Education.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.