

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN *FINANCIAL BEHAVIOUR* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNPAND

Sintya Oktarina^{1*}, Dheny Indra Gunawan², Dina Damayanti³, Eka Mustikasari⁴, Firda Nisafera Ulfa⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Pandanaran

sintyaoktarina@gmail.com^{1*}, dhenyindra@gmail.com², dinaDSenadi@ymail.com³,
ekamustikasari24@gmail.com⁴, firdanisaf06@gmail.com⁵

ABSTRAK

Perilaku belanja konsumtif di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang menunjukkan tren peningkatan, terutama didorong oleh kemudahan akses terhadap teknologi dan media digital. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana literasi keuangan mempengaruhi perilaku belanja konsumtif mahasiswa. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 79 mahasiswa sebagai responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS 25. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa literasi keuangan digital tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku belanja konsumtif mahasiswa Universitas Pandanaran, sehingga tingkat pemahaman mahasiswa terkait penggunaan teknologi keuangan digital tidak terbukti memengaruhi kecenderungan mereka dalam melakukan pembelian secara berlebihan. Sebaliknya, *financial behaviour* terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku belanja konsumtif, yang berarti bahwa semakin baik perilaku pengelolaan keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku belanja konsumtif. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian ini merekomendasikan pentingnya penguatan program edukasi literasi keuangan di perguruan tinggi untuk mendorong terbentuknya perilaku keuangan yang lebih bijaksana dan terarah.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, *Financial Behaviour*, Perilaku Belanja Konsumtif

ABSTRACT

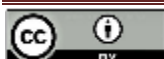
Consumptive behavior among university students is a phenomenon that shows an increasing trend, mainly driven by easy access to technology and digital media. This study was conducted to examine the extent to which financial literacy influences the consumptive behavior of university students. The research approach used was quantitative with a survey method, where data was collected by distributing questionnaires to 79 students as respondents. Data analysis was performed using multiple linear regression with the help of the IBM SPSS 25 program. The results revealed that digital financial literacy did not have a significant effect on the consumptive behavior of students at Pandanaran University, so that the level of students' understanding of the use of digital financial technology was not proven to influence their tendency to make excessive purchases. On the contrary, financial behavior was proven to have a significant effect on consumptive behavior, which means that the better the financial management behavior of students, the lower their tendency to engage in consumptive behavior. Based on these results, this study recommends the importance of strengthening financial literacy education programs in higher education to encourage the formation of more prudent and focused financial behavior.

Keywords: Digital Financial Literacy, *Financial Behaviour*, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan literasi keuangan digital di kalangan generasi muda semakin memperoleh perhatian di era digital saat ini. Literasi keuangan yang memadai diperlukan untuk mendukung kemampuan generasi muda dalam mengambil keputusan finansial yang bijak, terutama di tengah

pesatnya pertumbuhan teknologi finansial (*fintech*) yang menawarkan berbagai produk dan layanan baru. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa generasi Z dan milenial menghadapi tantangan signifikan dalam pengelolaan keuangan, khususnya terkait penggunaan pinjaman online dan produk keuangan digital



lainnya. Teknologi digital kini menjadi elemen penting dalam industri jasa keuangan, di mana hampir seluruh aktivitas, seperti penawaran, pembuatan akun, hingga pembelian produk dan layanan keuangan, dapat dilakukan secara daring. Oleh karena itu, generasi Z perlu memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital secara bijak, tepat, dan aman. Tantangan terkait perilaku keuangan dan tingkat literasi semakin kompleks pada era globalisasi sehingga diperlukan perencanaan keuangan yang efektif berdasarkan analisis informasi yang akurat. Kemampuan mengelola keuangan, termasuk mengumpulkan dan mengevaluasi informasi untuk pengambilan keputusan, merupakan inti dari literasi keuangan.

Selain itu, literasi digital juga menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Sebagai bagian dari kompetensi yang dibutuhkan di era digital, kemampuan memahami dan menggunakan teknologi secara bijaksana menjadi sangat krusial. Rendahnya literasi digital dapat membuat individu lebih rentan terhadap berbagai risiko, terutama yang berkaitan dengan privasi dan keamanan data. Kecakapan dalam memanfaatkan teknologi tidak hanya dibutuhkan oleh pelaku bisnis, tetapi juga oleh masyarakat umum agar mampu beradaptasi dan hidup berdampingan dengan teknologi secara efektif dan aman.

Perubahan perilaku belanja dari metode konvensional (*offline*) ke platform daring (*online*) di kalangan mahasiswa Indonesia juga menjadi fenomena yang terus meningkat, khususnya setelah pandemi COVID-19. Pandemi mendorong masyarakat untuk mengadopsi pola belanja baru yang dianggap lebih praktis dan efisien. Belanja online memberikan pengalaman yang lebih nyaman karena konsumen tidak perlu mengunjungi toko fisik, sekaligus menyediakan akses terhadap berbagai pilihan produk tanpa batas ruang dan waktu. Mahasiswa termasuk kelompok yang paling aktif dalam melakukan transaksi daring dan memanfaatkan beragam platform media sosial serta *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan belanja maupun memperoleh pendapatan tambahan. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi berperan besar dalam membentuk pola konsumsi dan perilaku belanja generasi muda masa kini.

Penelitian yang dilakukan oleh (Elsalonika, 2025) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap perilaku keuangan. Teknologi Keuangan dan Efikasi Diri Keuangan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Penelitian ini

menyarankan bahwa peningkatan literasi keuangan dan integrasi fintech dapat meningkatkan perilaku keuangan. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman perilaku keuangan Generasi Z dan menunjukkan perlunya program edukasi keuangan yang terarah. Kemudian penelitian oleh (Leonita, 2020) menunjukkan bahwa fitur shopee paylater, literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online.

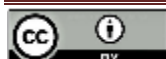
Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memandang perlu dilaksanakan penelitian yang berfokus pada pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa Universitas Pandanaran. Penelitian ini melibatkan mahasiswa program sarjana dan diploma Universitas Pandanaran. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif mengenai literasi keuangan dan perilaku keuangan, sehingga mahasiswa mampu mengambil keputusan finansial yang tepat demi mendukung kesejahteraan mereka di masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai grand theory karena kemampuannya dalam menjelaskan keterkaitan antarvariabel penelitian secara terstruktur dan komprehensif. Menurut Ajzen (1991), TPB menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh intensi yang dibentuk oleh tiga determinan utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan diposisikan sebagai faktor yang memengaruhi sikap individu dalam mengambil keputusan keuangan secara rasional.

Di sisi lain, gaya hidup dipandang sebagai representasi norma subjektif yang terbentuk melalui pengaruh lingkungan sosial, media, serta kelompok sebaya. Adapun persepsi pengendalian perilaku (*perceived behavioral control*) tercermin dari tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan pribadi berdasarkan literasi keuangan yang dimiliki.

Dengan demikian, TPB tidak hanya berfungsi sebagai landasan konseptual, tetapi juga sebagai kerangka logis yang menjelaskan hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku keuangan mahasiswa dalam model analisis penelitian ini. Literasi keuangan berkontribusi dalam membentuk kebiasaan pengelolaan keuangan yang sehat dan konstruktif, sedangkan



gaya hidup memengaruhi norma subjektif yang menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, persepsi pengendalian perilaku berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kapasitasnya dalam mengatur keuangan secara efektif, yang tercermin melalui pengelolaan pengeluaran dan kebiasaan menabung sebagai indikator perilaku keuangan (Brilianti & Lutfi, 2020).

Literasi Keuangan Digital

Menurut (Aini, 2025) literasi keuangan digital merupakan suatu keahlian yang semakin penting dalam era masyarakat digital saat ini. Dalam konteks ini, literasi keuangan digital tidak hanya mencakup pemahaman fundamental tentang keuangan, tetapi juga kemampuan untuk menggunakan alat dan platform digital dalam mengelola keuangan pribadi dan bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa banyak pengusaha mikro, terutama yang beroperasi di sektor furnitur di Indonesia, masih menghadapi tantangan signifikan dalam hal manajemen keuangan dan adopsi layanan keuangan digital, yang disebabkan oleh kurangnya sistem perencanaan yang terstruktur dan literasi keuangan digital yang rendah.

Sebagai contoh, sebuah studi di Mumbai oleh (Mistry, 2025) menemukan bahwa meskipun 95% responden menggunakan platform keuangan digital, banyak dari mereka mengaku memiliki tingkat literasi keuangan yang moderat hingga rendah, serta menghadapi kendala teknis dan masalah keamanan. Hanya 73% yang merasa bahwa saluran digital membantu mereka dalam pengambilan keputusan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa pesatnya transformasi digital harus diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan agar individu dapat memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif.

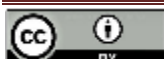
Untuk mendukung pemahaman dan penerapan literasi keuangan digital tersebut, diperlukan pendidikan yang berkelanjutan dan pemberian informasi kepada masyarakat. Salah satu penelitian menunjukkan bahwa aplikasi keuangan digital yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan minat pengguna, tergantung pada persepsi mereka mengenai kegunaan, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap aplikasi tersebut. Oleh karena itu, lembaga keuangan diharapkan untuk terus mengembangkan fitur-fitur yang bermanfaat dan mudah digunakan serta menyelenggarakan program pendidikan literasi keuangan guna menyiapkan pengguna agar lebih percaya diri dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi.

Salah satu upaya untuk mengeksplorasi literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa dilakukan oleh Kurnianti et al yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan yang melibatkan pembicara dari lembaga keuangan digital berhasil meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang perencanaan dan pengelolaan keuangan. Pelatihan-pelatihan semacam ini penting karena mahasiswa sering kali menghadapi tantangan dalam mengatur dana mereka, terutama dengan gaya hidup yang konsumtif. Sebuah penelitian oleh Amika et al menyoroti bahwa literasi keuangan dan penggunaan media sosial memiliki dampak positif pada pengambilan keputusan keuangan mahasiswa, berkat informasi dan sumber belajar yang mudah diakses secara online.

Financial Behaviour

Financial behaviour merujuk pada cara individu mengelola keuangan mereka, mencakup aspek-aspek seperti perencanaan anggaran, pengeluaran, menabung, dan berinvestasi. Ini merupakan konstruk multidimensional yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi keuangan, sikap psikologis, dan kondisi sosio-ekonomi. Interaksi antara variabel-variabel ini memberikan wawasan tentang bagaimana individu mengambil keputusan ekonomi. Elemen dasar dari *financial behaviour* adalah literasi keuangan, yang merujuk pada pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang terinformasi. Yuesti (2020) menyoroti bahwa literasi keuangan sangat penting dalam menghindari perilaku keuangan negatif.

Faktor psikologis memainkan peran yang signifikan dalam perilaku keuangan, terutama melalui perspektif keuangan perilaku. Bidang ini mempelajari bagaimana bias psikologis seperti aversi kerugian dan kepercayaan diri berlebihan dapat menyebabkan keputusan yang menyimpang dari perencanaan keuangan rasional. Pengetahuan keuangan subjektif memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku keuangan jangka panjang dan jangka pendek hubungan ini menunjukkan bagaimana kepercayaan diri psikologis dapat membentuk pengambilan keputusan keuangan di berbagai kelompok usia. Dalam hal pengaruh sosio-ekonomi, perilaku keuangan erat kaitannya dengan inklusi keuangan. Seperti yang dinyatakan oleh Muat et al., 2024, individu yang memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya dan pengetahuan keuangan cenderung mengelola keuangan mereka dengan lebih sukses, mencerminkan perilaku keuangan



yang lebih menguntungkan. Pada dasarnya, kemampuan untuk membuat pilihan keuangan yang bijak seringkali bergantung pada status sosial-ekonomi dan pengetahuan keuangan seseorang. Perilaku keuangan mencakup spektrum luas praktik pengelolaan keuangan yang dipengaruhi oleh literasi keuangan, sikap psikologis, dan faktor sosio-ekonomi. Memahami hubungan kompleks antara elemen-elemen ini memberikan wawasan berharga tentang keuangan pribadi dan menginformasikan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan pendidikan dan literasi keuangan.

Perilaku Belanja Konsumtif

Perilaku belanja konsumtif mengacu pada pola pengeluaran individu maupun rumah tangga yang berfokus pada pembelian barang dan jasa yang melampaui kebutuhan dasar, sering kali dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, serta pemasaran yang agresif. Dalam konteks ini, perilaku belanja konsumtif sering diakibatkan oleh dorongan untuk memenuhi kebutuhan sosial dan emosional, serta pengaruh dari lingkungan budaya dan sosial di mana individu hidup. Salah satu teori yang menjelaskan perilaku belanja konsumtif adalah Teori Konsumsi Simbolik (Symbolic Consumption Theory) yang dikembangkan oleh Baudrillard (1998) dan didukung oleh Belk (1988). Menurut teori ini, konsumsi tidak semata-mata dilakukan untuk memenuhi kebutuhan fungsional tetapi juga sebagai sarana untuk menunjukkan identitas diri, status sosial, dan gaya hidup tertentu. Dengan demikian, perilaku belanja konsumtif dapat dipengaruhi oleh aspek psikologis dan sosial, seperti keinginan untuk diakui, mengikuti tren, atau membangun citra diri di mata orang lain.

Sebagai contoh, perilaku belanja ini dapat terlihat dari kebiasaan masyarakat yang terpengaruh oleh norma - norma sosial dan sikap mereka terhadap barang yang ingin dibeli. Penelitian oleh (Septiana, 2020) menyatakan bahwa warga sering berbelanja lebih dari kebutuhan nyata mereka karena adanya pengaruh dari status sosial dan pencitraan yang ingin ditunjukkan kepada masyarakat sekitar. Faktor-faktor sosial ekonomi, termasuk pendapatan dan tingkat pendidikan, memiliki korelasi signifikan terhadap tingkatan konsumsi susu di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan dan pendapatan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk melakukan pembelian yang bersifat konsumtif.

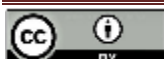
Selain itu, perilaku belanja juga dipengaruhi oleh kondisi eksternal seperti situasi ekonomi,

yang dapat mengubah persepsi dan tindakan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dalam situasi krisis, misalnya, orang cenderung mengurangi pengeluaran untuk barang-barang yang dianggap tidak penting, sementara dalam kondisi normal, fenomena pembelian barang non-prioritas cenderung meningkat. Sikap lingkungan terhadap konsumerisme juga menjadi salah satu faktor yang perlu dibahas. Penelitian oleh (Fitri & Simanjuntak, 2022) menunjukkan bahwa peningkatan perilaku konsumsi hijau dapat dilihat sebagai bentuk alternatif untuk mengatasi masalah lingkungan akibat konsumsi yang berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap lingkungan dapat mempengaruhi pola konsumsi individu, meskipun dalam banyak kasus, perilaku belanja konsumtif tetap mendominasi.

Perilaku belanja konsumtif di kalangan mahasiswa telah menjadi fenomena yang mencolok dan menarik perhatian banyak peneliti, terutama dalam konteks perkembangan teknologi informasi dan perubahan gaya hidup. Mahasiswa sebagai kelompok usia yang cenderung aktif sering kali terjerat dalam pola pengeluaran yang tidak hanya didorong oleh kebutuhan tetapi juga oleh dorongan sosial dan tren yang berlaku di lingkungan mereka. Faktor lingkungan sosial juga berperan penting. Teman sebaya cenderung memberikan tekanan atau dorongan bagi mahasiswa untuk melakukan perilaku belanja konsumtif. Putri & Syafitri (2021) menunjukkan bahwa konformitas kepada teman sebaya dapat mendorong pengeluaran di kalangan mahasiswa sebagai bentuk untuk menunjukkan status sosial dan mendapatkan pengakuan. Keterlibatan dalam komunitas yang memiliki standar gaya hidup konsumtif dapat menyebabkan mahasiswa merasa perlu untuk membeli barang-barang yang mungkin tidak sepenuhnya mereka butuhkan, hanya untuk mengikuti perkembangan atau norma yang berlaku di sekitarnya.

METODE

Penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan *Financial Behaviour* Terhadap Perilaku belanja konsumtif Mahasiswa Universitas Pandanaran” menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk mengukur hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif melalui pengumpulan data berbentuk angka yang dapat dianalisis secara statistik. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti memperoleh temuan yang



terukur, sistematis, serta dapat direplikasi untuk kepentingan verifikasi ilmiah. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik di Universitas Pandanaran. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Dalam konteks ini, sampel difokuskan pada mahasiswa semester III ke atas. Pertimbangan penetapan kriteria tersebut adalah bahwa mahasiswa pada jenjang semester tersebut telah memperoleh dasar pengetahuan yang relevan mengenai akuntansi, manajemen keuangan, serta teori portofolio investasi. Dengan demikian, mereka dianggap memiliki tingkat pemahaman awal yang memadai untuk menilai dan merespons instrumen penelitian terkait literasi keuangan. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang disusun untuk mengukur tingkat literasi keuangan, *financial behaviour* dan perilaku belanja konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan dievaluasi melalui item-item pernyataan yang mencerminkan beberapa dimensi, antara lain pengetahuan dasar keuangan, kemampuan mengelola anggaran, serta pemahaman terhadap risiko finansial. Sementara itu, perilaku belanja konsumtif diukur menggunakan indikator pembelian impulsif, kecenderungan mengonsumsi barang tersier, dan kemampuan pengendalian diri dalam aktivitas belanja. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun melalui media daring. Seluruh pernyataan menggunakan skala Likert 1–5 untuk memudahkan proses kuantifikasi persepsi dan sikap responden.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif yang bertujuan menggambarkan karakteristik data penelitian, meliputi nilai rata-rata (mean), standar deviasi, serta nilai minimum dan maksimum dari variabel literasi keuangan dan perilaku belanja konsumtif. Analisis ini penting untuk memahami pola distribusi serta kecenderungan umum dari jawaban responden. Tahap berikutnya adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item dalam kuesioner mengukur aspek yang sesuai dengan konstruk teoritisnya, biasanya melalui analisis korelasi item-total.

Setelah instrumen dinyatakan layak, data dianalisis menggunakan regresi linier guna menguji besarnya pengaruh literasi keuangan dan *financial behaviour* terhadap perilaku belanja konsumtif mahasiswa. Analisis dilakukan dengan

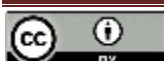
bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS, yang menghasilkan nilai koefisien regresi, tingkat signifikansi (*p-value*), serta koefisien determinasi (R^2). Melalui teknik ini, peneliti dapat mengidentifikasi adanya pengaruh signifikan secara statistik dari variabel literasi keuangan (independen) dan variabel *financial behaviour* (independen) terhadap perilaku belanja konsumtif (dependen), sekaligus mengetahui arah hubungan tersebut, apakah bersifat positif atau negatif.

PEMBAHASAN

Theory of Planned Behavior (TPB) dijadikan sebagai grand theory dalam penelitian ini untuk menjelaskan mekanisme pengaruh literasi keuangan dan *financial behaviour* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Teori yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991) ini menegaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh intensi, sedangkan intensi dibentuk oleh tiga konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi pengendalian perilaku (*perceived behavioral control*). Kerangka TPB memungkinkan analisis yang sistematis karena memandang perilaku sebagai hasil proses kognitif dan sosial yang terintegrasi, bukan sekadar respons spontan terhadap rangsangan eksternal.

Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan digital diposisikan sebagai determinan yang memengaruhi pembentukan sikap terhadap perilaku konsumsi. Literasi keuangan digital mencakup pemahaman mengenai penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi, kemampuan mengevaluasi risiko transaksi digital, serta kecakapan dalam memanfaatkan instrumen pembayaran elektronik secara bijak. Secara teoretis, individu dengan tingkat literasi yang lebih tinggi diharapkan memiliki evaluasi yang lebih rasional terhadap aktivitas konsumsi, sehingga mampu mengembangkan sikap yang mendukung pengelolaan keuangan secara prudent. Namun demikian, apabila literasi tersebut tidak terinternalisasi dalam bentuk kebiasaan dan komitmen perilaku, maka pengaruhnya terhadap intensi dan perilaku aktual dapat menjadi terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perspektif Theory of Planned Behavior, pembentukan sikap yang positif belum tentu secara otomatis menghasilkan perilaku yang konsisten tanpa dukungan faktor lain.

Selanjutnya, variabel *financial behaviour* dalam penelitian ini berkaitan erat dengan dimensi *perceived behavioral control*. Perilaku



pengelolaan keuangan yang tercermin melalui penyusunan anggaran, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung, serta perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang menunjukkan tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola sumber daya finansial. Semakin kuat persepsi kontrol yang dimiliki, semakin besar kapasitas individu untuk mengendalikan dorongan konsumtif, termasuk dalam situasi yang ditandai oleh kemudahan akses belanja daring dan promosi digital yang intensif. Norma subjektif juga berperan dalam membentuk intensi konsumsi mahasiswa. Lingkungan sosial, pengaruh teman sebaya, serta eksposur terhadap budaya populer dan media digital dapat menciptakan tekanan sosial yang mendorong perilaku konsumtif. Dalam kondisi tersebut, mahasiswa dengan *financial behaviour* yang baik cenderung lebih mampu menyeimbangkan tuntutan sosial dengan pertimbangan rasional.

Berdasarkan perspektif Theory of Planned Behavior, perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil interaksi antara sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku. Literasi keuangan digital berkontribusi pada pembentukan sikap, sedangkan *financial behaviour* memperkuat dimensi kontrol diri dalam pengambilan keputusan keuangan. Oleh karena itu, upaya pengendalian perilaku konsumtif tidak cukup hanya melalui peningkatan literasi, tetapi perlu disertai dengan pembentukan perilaku keuangan yang disiplin dan berorientasi pada perencanaan. Kerangka Theory of Planned Behavior dalam penelitian ini memberikan dasar analitis yang komprehensif untuk memahami dinamika kognitif dan sosial yang membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan besarnya kontribusi variabel independen, yaitu literasi keuangan digital (X_1) dan financial behaviour (X_2), dalam menjelaskan variabel dependen berupa perilaku belanja konsumtif (Y). Nilai koefisien determinasi diperoleh dari hasil penghitungan koefisien korelasi, sehingga dapat menunjukkan tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Adapun hasil pengujian koefisien determinasi disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	.302	.284	3.445

a. Predictors: (Constant), Financial Behaviour, Literasi Keuangan Digital

Merujuk hasil yang ditampilkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* yang diperoleh sebesar 0,302 atau setara dengan 30,2%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan digital dan *financial behaviour* memiliki kemampuan menjelaskan variasi perubahan pada variabel perilaku belanja konsumtif sebesar 30,2%. Dengan kata lain, kedua variabel independen tersebut secara simultan memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap pembentukan perilaku belanja konsumtif pada mahasiswa Universitas Pandanaran. Sementara itu, proporsi sisanya yaitu sebesar 70,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa variabel psikologis, sosial, ekonomi, maupun lingkungan yang tidak dimasukkan ke dalam konstruk penelitian, sehingga memungkinkan adanya peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengidentifikasi variabel tambahan yang berpotensi memberikan pengaruh lebih besar terhadap perilaku belanja konsumtif mahasiswa.

Uji T (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara signifikan secara parsial dari masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis t:

Tabel 2. Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	27.601	6.174		4.470	.000
Literasi Keuangan Digital	-.119	.120	-.095	-.993	.324
Financial Behaviour	.534	.093	.551	5.761	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Belanja Konsumtif

Tabel tersebut menyajikan hasil pengujian t untuk masing - masing variabel independen yang kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel sebagai dasar pengambilan keputusan statistik. Pertama, hasil uji t terhadap variabel literasi keuangan digital menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,324, yang lebih tinggi dibandingkan batas probabilitas 0,05. Selain itu, nilai t hitung

sebesar -0,993 juga lebih kecil daripada t tabel sebesar 1,99. Berdasarkan kedua indikator tersebut, dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku belanja konsumtif tidak dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan digital tidak memiliki kontribusi yang berarti dalam menjelaskan variasi perilaku belanja konsumtif mahasiswa dan tidak menjadi faktor yang dominan dalam memengaruhi kecenderungan konsumtif mereka.

Sebaliknya, hasil uji t terhadap variabel *financial behaviour* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah tingkat probabilitas 0,05. Nilai t hitung sebesar 5,761 juga tercatat lebih besar daripada nilai t tabel 1,99. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *financial behaviour* berpengaruh terhadap perilaku belanja konsumtif dapat diterima. Hal ini berarti bahwa *financial behaviour* memiliki peran yang signifikan dalam menjelaskan perubahan atau variasi perilaku belanja konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut memperkuat pemahaman bahwa pola perilaku keuangan yang baik atau buruk secara langsung dapat memengaruhi cara mahasiswa dalam mengelola dan membelanjakan sumber daya finansial yang mereka miliki.

Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menilai apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi mampu menjelaskan variabel dependen secara simultan. Pengujian ini bertujuan mengidentifikasi sejauh mana Literasi Keuangan Digital dan *Financial Behaviour* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Belanja Konsumtif. Adapun hasil pengujian statistik F disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.062	2	198.031	16.685	.000 ^b
	Residual	913.925	77	11.869		
	Total	1309.988	79			

a. Dependent Variable: Perilaku Belanja Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Financial Behaviour, Literasi Keuangan Digital

Merujuk pada data pada tabel, nilai F hitung sebesar 16,685 terbukti lebih tinggi dibandingkan F tabel sebesar 3,12, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel

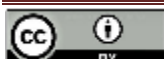
independen dalam model memiliki pengaruh simultan terhadap variabel Perilaku Belanja Konsumtif. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa Literasi Keuangan Digital (X_1) dan Financial Behaviour (X_2) secara Bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Belanja Konsumtif (Y) di Universitas Pandanaran

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan financial behaviour terhadap perilaku belanja konsumtif mahasiswa Universitas Pandanaran. Fokus kajian diarahkan pada mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yakni kelompok tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital serta memiliki kecenderungan tinggi dalam memanfaatkan platform belanja daring. Karakteristik generasi ini yang akrab dengan aplikasi keuangan digital, dompet elektronik, dan berbagai marketplace menjadikan literasi keuangan digital sebagai variabel yang relevan untuk dikaji. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan *financial behaviour* atau perilaku pengelolaan keuangan sebagai faktor internal yang mencerminkan cara pandang dan kebiasaan mahasiswa dalam merencanakan, menggunakan, serta mengendalikan keuangan pribadi mereka.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh temuan bahwa literasi keuangan digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku belanja konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa mengenai penggunaan teknologi dan layanan keuangan digital, seperti pembayaran elektronik maupun transaksi daring, tidak secara langsung menentukan tinggi rendahnya kecenderungan mereka dalam melakukan pembelian yang bersifat berlebihan. Dengan kata lain, meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan yang cukup mengenai fitur, manfaat, dan risiko penggunaan keuangan digital, hal tersebut belum tentu mampu menahan dorongan konsumtif dalam aktivitas belanja online.

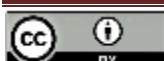
Sebaliknya, variabel *financial behaviour* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku belanja konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik seperti membuat anggaran, mengontrol pengeluaran, menabung secara rutin, serta mempertimbangkan prioritas kebutuhan cenderung menunjukkan tingkat perilaku



konsumtif yang lebih rendah. Semakin positif dan terencana perilaku keuangan yang dimiliki, semakin kecil kemungkinan mahasiswa terjebak dalam pola belanja impulsif maupun pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan rasional. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa aspek perilaku dalam pengelolaan keuangan memegang peranan yang lebih dominan dibandingkan sekadar pemahaman kognitif terhadap instrumen keuangan digital. Oleh karena itu, upaya pengendalian perilaku belanja konsumtif di kalangan mahasiswa tidak cukup hanya melalui peningkatan literasi keuangan digital, tetapi perlu disertai dengan pembentukan kebiasaan dan sikap keuangan yang disiplin serta bertanggung jawab. Pembinaan perilaku keuangan yang sehat menjadi faktor kunci dalam membangun pola konsumsi yang lebih bijak dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi perilaku belanja konsumtif pada mahasiswa pendidikan akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. 179–211.
- Amika, N., Asmawati, A., & Milarisa, S. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap pengambilan keputusan keuangan. *Accountia Journal (Accounting Trusted Inspiring Authentic Journal)*, 9(1), 64-77. <https://doi.org/10.35915/accountia.v9i1.1004>
- Brilianti, T. R., & Lutfi, L. (2020). Pengaruh Pendapatan, Pengalaman Keuangan dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Keluarga. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 197–213. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.1762>
- Elsalonika, A. and Ida, I. (2025). Perilaku keuangan generasi z: peran penerapan financial technology, literasi keuangan, dan efikasi diri. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 365-379. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>
- Fatimah, V. and Nasution, A. (2024). What effect investment decision for gen - z in dki jakarta using financial behavior as a mediating variable.. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (Jims)*, 10(2), 177-186. <https://doi.org/10.24967/jims.v10i2.3396>
- Gina Rahmawati and Elly Mirati, dengan judul “pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku belanja konsumtif penggunaan shopee paylater pada generasi milenial” *jurnal multidisiplin* 2, no.5: 2415 – 30, 2022
- Hulu, Z. (2025). Studi pola konsumsi dan literasi keuangan mahasiswa generasi z. *Jemsi (Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi)*, 11(5), 4755-4763. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i5.5037>
- Kalis, M. C. I., Hendri, M. I., & Tamrin, B. (2023). Peran Literasi Keuangan Pada Pedagang Di Daerah Perbatasan Indonesia-Malaysia: Sebuah Pendekatan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(1), 91-98
- Leonita, D. and Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur shopee paylater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku belanja konsumtif berbelanja online di shopee (studi kasus pada mahasiswa universitas pelita bangsa progam studi manajemen angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554-566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Lestari, A., Fitriyani, F., Simanungkalit, N., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh financial technology terhadap manajemen keuangan generasi z. *Rimba*, 2(4), 82-89. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i4.1331>
- Loo, P., Sihombing, N. S., Saragih, R., Dewantara, N., Sihombing, M., Sitorus, E., ... & Sianturi, C. J. M. (2025). Menyusun rencana keuangan tahunan rumah tangga di desa semangat gunung kecamatan merdeka kabupaten karo sumatera utara. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 5(1), 620-624. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i1.2217>
- Martini, M., Triharyati, E., & Rimbano, D. (2022). Influence financial technology, financial literacy, and intellectual capital on financial inclusion in micro, small and medium enterprises (msmes). *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 3(4), 408-420. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v3i4.572>
- Nurhayati, N., Mutakin, K., Caroline, C., & Judijanto, L. (2025). Analysis of the influence of financial literacy on



- investment decisions of millennials and gen z in the digital era. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(7), 2129-2138. <https://doi.org/10.55214/2576-8484.v9i7.9128>
- Putri, R. A. and Syafitri, D. U. (2021). Peran konformitas teman sebaya dan kenyamanan pelayanan terhadap perilaku belanja konsumtif melalui shopee pada mahasiswa fakultas psikologi unissula. *Psikoislamika : Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 18(2). <https://doi.org/10.18860/psikoislamika.v18i2.12690>
- Sari, S. P. P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku belanja konsumtif Belanja Online Mahasiswa Universitas Sebelas Maret.
- Setiawan, D., Darwanto, D., & Gunanto, E. (2021). Determinants of behavioral intentions to use sharia financial technology (fintech). *Signifikan Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(2), 325-342. <https://doi.org/10.15408/sjie.v10i2.21451>
- Sintya Oktarina, & Dheny Indra Gunawan. (2024). Pengaruh Sikap Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Pandanaran. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 149-156. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.255>
- Sintya Oktarina, Firda Nisafera Ulfa, & Dheny Indra Gunawan. (2024). The Influence of Influencer Reviews and Customer Reviews on Purchase Intention on Larissa Products. *Jurnal Scientia*, 13(02), 1394-1400
- Sosrowidigdo, S. (2024). Survei literasi ekonomi digital mahasiswa akuntansi. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(2). <https://doi.org/10.20961/shes.v7i2.85143>
- Utami, S. (2021). Tindak pidana pencucian uang terhadap uang virtual money laundering on virtual money. *Al-Adl Jurnal Hukum*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v13i1.4224>
- Utami, N. and Kusumahadi, T. A. (2024). Edukasi literasi keuangan, investasi, financial technology, dan pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(2), 349-362. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i2.22254>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Analisis gaya hidup sebagai variabel mediasi pada perilaku belanja konsumtif belanja online. *Solusi*, 21(4), 366-378. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>
- Yuesti, A., Rustiarini, N. W., & Suryandari, N. N. A. (2020). Financial literacy in the covid-19 pandemic: pressure conditions in indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 884-898. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(59\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(59))

