

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI,
DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA
STMIK TRIGUNA DHARMA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



UMSU

Cek

Unggul | Cerdas | Terpercaya

NAMA	: SARAH YULIAN HULWAH
NPM	: 2105160339
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN
KONSENTRASI	: MANAJEMEN KEUANGAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 23 April 2025, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

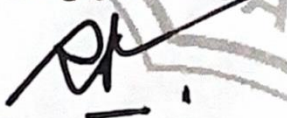
MEMUTUSKAN

Nama : SARAH YULIAN HULWAH
N P M : 2105160339
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI,
DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA STMIK TRIGUNA DHARMA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I



(Dr. RADIMAN, S.E., M.Si)

Penguji II



(LINZZY PRATAMI PUTRI, S.E., M.M)

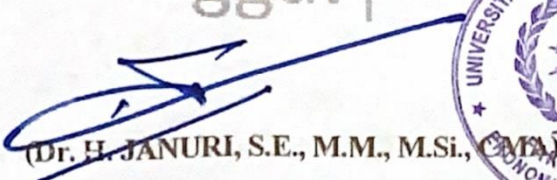
Pembimbing



(Dr. BAHRIL DATUK S, S.E., M.M)

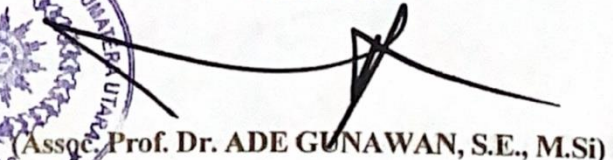
PANITIA UJIAN

Ketua



(Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si, *EMA*)

Sekretaris



(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)





PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh :

Nama : SARAH YULIAN HULWAH
N.P.M : 2105160339
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA STMIK TRIGUNA DHARMA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan Tugas Akhir.

Medan, April 2025

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Bahril Datuk S, S.E., M.M.)

Diketahui/Disetujui

Oleh:

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU**

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Asman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si.)

(Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si., CMA.)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Sarah Yulian Hulwah
NPM : 2105160339
Dosen Pembimbing : Dr. Bahril Datuk S, S.E., M.M.
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pembelian Impulsif terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	OK.		
Bab 2		17/03-25/03	h.
Bab 3			
Bab 4	Sebaiknya pembekuan dg hore pembelian & belanja.	3/03-21/03	h.
Bab 5	Sebaiknya hore pembelian dg saran.	7/03-28/03	h.
Daftar Pustaka	OK.	7/03-21/03	h.
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Setor di selangkan	17/03-25/04	h.

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si.)

Medan, April 2025

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Dr. Bahril Datuk S, S.E., M.M.)



PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Sarah Yulian Hulwah
NPM : 2105160339
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan ini menyatakan bawah Tugas Akhir saya yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Pembelian Impulsif terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma”** adalah bersifat asli (original), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Sarah Yulian Hulwah

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA STMIK TRIGUNA DHARMA

SARAH YULIAN HULWAH

Program Studi Manajemen

Email : sarahh.yulian@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STMIK Triguna Dharma sebanyak 1.757 Mahasiswa Wanita, dengan jumlah sampel sebanyak 95 Responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, ada pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif, ada pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif dan ada pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Pembelian Impulsif dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY, SELF-CONTROL, AND IMPULSE BUYING ON CONSUMER BEHAVIOR OF STUDENTS STMIK TRIGUNA DHARMA

SARAH YULIAN HULWAH

Management Study Program

Email : sarahh.yulian@gmail.com

The purpose of this study is to determine the effect of financial literacy on consumptive behavior, to determine and analyze the effect of self-control on consumptive behavior, to determine and analyze the effect of impulsive buying on consumptive behavior and to determine and analyze the effect of financial literacy, self-control, and impulsive buying on consumptive behavior in STMIK Triguna Dharma Students. The population in this study were 1.757 STMIK Triguna Dharma Female Students, with a sample size of 95 Respondents. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The analysis technique used in this study was multiple linear regression, classical assumptions, hypothesis testing and coefficient of determination. The results of the study indicate that there is an influence of financial literacy on consumer behavior, there is an influence of self-control on consumer behavior, there is an influence of impulsive buying on consumer behavior and there is an influence of financial literacy, self-control, and impulsive buying on consumer behavior in STMIK Triguna Dharma Students.

Keywords: Financial Literacy, Self-Control, Impulsive Buying and Consumer Behavior

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Shalawat dan salam dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai uswatun hasanah dimuka bumi. Adapun judul Tugas Akhir penulis yaitu: **“Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma”** Tugas Akhir ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, terdapat beberapa pihak yang telah banyak membantu serta mendorong penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Pada kesempatan kali ini serta dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Rusdian Safrizal dan Ibunda Rini Kustini, SS., MA yang telah memberikan do'a dan dukungan baik moril maupun materi serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

4. Bapak Assoc. Prof. Dr.Ade Gunawan, SE, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Dr. Bahril Datuk S, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Ibu Raihanah Daulay, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan nasihat dan membantu selama perkuliahan berlangsung sampai saya menyusun tugas akhir.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan segala ilmu serta pengalaman kepada penulis.
10. Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis baik selama masa pelaksanaan maupun dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
11. Seluruh pegawai STMIK Triguna Dharma yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Teruntuk teman – teman penulis, yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat tiada henti kepada penulis.

13. *Last but not least*, terima kasih juga kepada diri saya sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah di tengah segala tantangan. Terima kasih juga telah melewati hari-hari yang sulit dengan kesabaran, tetap berdiri meski lelah, dan terus melangkah meski terkadang merasa ragu dengan diri sendiri. Perjalanan inii tidak mudah, tetapi saya berhasil berada sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan semoga amal kebaikan kita semua mendapat balasan baik dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Medan, April 2025

Penulis

SARAH YULIAN HULWAH
2105160339

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumtif.....	11
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	11
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif ..	12
2.1.1.3 Aspek- Aspek Perilaku Konsumtif	14
2.1.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif	15
2.1.2 Literasi Keuangan.....	16
2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan.....	16

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Literasi Keuangan.....	17
2.1.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan....	18
2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan	19
2.1.3 Pengendalian Diri	21
2.1.3.1 Pengertian Pengendalian Diri	21
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengendalian Diri ...	22
2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Pengendalian Diri	24
2.1.3.4 Indikator Pengendalian Diri	24
2.1.4 Pembelian Impulsif.....	26
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Impulsif.....	26
2.1.4.2 Jenis Pembelian Impulsif.....	28
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif .	28
2.1.4.4 Indikator Pembelian Impulsif	30
2.2 Kerangka Berpikir Konseptual	31
2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif..	31
2.2.2 Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif ..	32
2.2.3 Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif	33
2.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif	34
2.3 Hipotesis.....	36
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2.1 Variabel Terikat.....	37

3.2.2 Variabel Bebas (X)	38
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Teknik Analisa Data	42
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	51
4.1.1.1 Karakteristik Responden	51
4.1.2 Analisa Variabel Penelitian.....	52
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.1.5 Uji Parsial (Uji t)	65
4.1.6 Uji Simultan (Uji F).....	66
4.1.7 Koefisien Determinasi	67
4.2 Pembahasan.....	67
BAB 5 PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pra Survey Perilaku Konsumtif	2
Tabel 1.2	Data Pra Survey Literasi Keuangan	4
Tabel 1.3	Data Pra Survey Pengendalian Diri.....	6
Tabel 1.4	Data Pra Survey <i>Impulse Buying</i>	7
Tabel 3.1	Indikator Perilaku Konsumtif.....	38
Tabel 3.2	Indikator Literasi Keuangan	38
Tabel 3.3	Indikator Pengendalian Diri	39
Tabel 3.4	Indikator <i>Impulse Buying</i>	39
Tabel 3.5	Rincian Waktu Penelitian	40
Tabel 3.6	Skala Likert	42
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengendalian Diri.....	43
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Instrumen Pengendalian Diri.....	44
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Pembelian Impulsif	44
Tabel 3.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif	45
Tabel 3.11	Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen	45
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Literasi Keuangan	53
Tabel 4.4	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Pengendalian Diri.....	55
Tabel 4.5	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Impulsif	57
Tabel 4.6	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Konsumtif	58
Tabel 4.7	Uji Multikolinieritas	62

Tabel 4.8 Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.9 Uji t.....	65
Tabel 4.10 Uji F.....	66
Tabel 4.11 Koefisien Detrminasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	.35
Gambar 4.1 Grafik Histrogram.....	.61
Gambar 4.2 P-Plot.....	.61
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	.63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa saat ini mahasiswa cenderung menunjukkan bahwa mereka bisa menirukan fashion yang sedang terkini, sementara itu fashion senantiasa bergantiganti sehingga remaja mempunyai kecenderungan tidak puas pada apa yang dimilikinya. Pada akhirnya mereka mengonsumsi produk ataupun jasa tanpa diiringi pemikiran rasional dan jangka panjang dimana hal tersebut selaras dengan arti dari memiliki perilaku konsumtif (Jannah & Sylvia, 2020).

Konsumsi menjadi sebuah kewajiban karena berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan pokok, sedangkan perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tingkah laku individu menggunakan atau memakai barang secara berlebihan dan mengonsumsi barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan kecenderungan belanja, karena berbelanja dapat dijadikan alternatif untuk melepas penat dan stress akibat aktivitas sehari-hari. Manusia yang konsumtif rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal agar dapat memilikinya. Fenomena perilaku konsumtif bagi generasi muda terutama bagi mahasiswa dapat dikatakan segala sesuatu yang serba instan, tidak menghargai proses sebelum terjadinya satu pencapaian tertentu dan juga tidak dibarengi dengan perencanaan keuangan yang baik maka akan memicu perilaku shopaholic yang dapat merugikan diri sendiri dimasa yang akan datang terlebih lagi banyak mahasiswa yang masih meminta bantuan orang tua untuk membayar semua barang belanjanya (Yahya, 2021).

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut (Pohan et al., 2021).

Pada masa perkuliahan mahasiswa akan diberi kepercayaan untuk mengendalikan perilaku konsumtif secara mandiri, tanpa adanya pengawasan dari orang tua. Pada masa ini lah kemampuan dan pengetahuan pada mahasiswa tentang perilaku konsumtif di uji. Kesalahan dalam mengendalikan perilaku konsumtif dapat mengakibatkan kesulitan mengelola keuangan, apalagi mahasiswa mengandalkan uang bulanan dari orang tua. Ketidakpahaman pada cara berperilaku konsumtif dengan baik dapat membuat uang yang diberikan tidak digunakan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan melainkan hanya sekedar keinginan semata.

Berdasarkan pra survey awal yang dilakukan pada mahasiswa STMIK Triguna Dharma untuk tingkat perilaku konsumtif yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Pra Survey Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah
1	Membeli sesuatu secara tiba-tiba karena tertarik.	26	14	40
2	Membeli produk mahal untuk sekedar gengsi.	28	12	40
3	Berbelanja produk karena kemasannya rapi, unik dan lucu.	13	27	40

Sumber :Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 1.1 hasil kuesioner pra survei untuk variabel perilaku konsumtif dengan responden sebanyak 40 mahasiswa, dimana sebagian besar

responden melakukan pembelian dikarenakan hanya sekedar gengsi, hal ini tentu tidak baik bagi mahasiswa tersebut.. Hal tersebut menunjukkan adanya kecenderungan mahasiswa yang melakukan pembelian dikarenakan gengsi tanpa memikirkan pembelian produk yang sesuai kebutuhan.

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Dikria & Mintarti, 2016), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah literasi keuangan dan kontrol diri. Faktor yang menjadi penyebab adanya perilaku konsumtif terdapat dari salah satu variabel yang diduga memainkan peran dalam mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pengetahuan dimana pengetahuan yang dimaksud adalah literasi keuangan. Literasi Keuangan sangatlah dibutuhkan bagi mahasiswa agar dapat terbebas dari masalah kesulitan dalam keuangan (Ciptasari et al., 2017).

Menurut penelitian (Dikria & Mintarti, 2016) literasi keuangan merupakan hal penting yang tidak bisa di pisahkan dalam proses mengelola keuangan. Secara keseluruhan, literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Adanya Pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai, waktu, uang dan keuntungan yang di peroleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.

Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku. Literasi keuangan (*financial literacy*) didefenisikan sebagai

pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2019). Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan sumber daya secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup. Literasi keuangan juga didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk membuat keputusan sederhana (Gunawan & Carissa, 2021).

Berdasarkan pra survey awal yang dilakukan pada mahasiswa STMIK Triguna Dharma untuk tingkat literasi keuangan yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Data Pra Survey Literasi Keuangan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah
1	Saya selalu mendahulukan kebutuhan di samping keinginan.	12	28	40
2	Saya selalu membuat anggaran (budgeting) untuk memperkirakan biaya yang dikeluarkan	10	30	40
3	Saya rutin menabung setiap bulan untuk keperluan di masa mendatang	15	25	40

Sumber :Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 1.2 hasil kuesioner pra-survei untuk variabel literasi keuangan dengan responden sebanyak 40 mahasiswa, dimana sebagian besar responden lebih mendahulukan keinginan terhadap suatu produk yang menarik dibandingkan dengan kebutuhan yang belum tentu diperlukan selain itu juga terlihat dari mahasiswa yang tidak serta merta membuat anggaran untuk pengeluaran, namun responden lebih membelanjakan secara sukarela. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum menerapkan pengetahuan literasi keuangan yang dimiliki dimana responden masih belum memanfaatkan uang secara bijak dan optimal.

Selain literasi keuangan, pengendalian diri juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana pengendalian diri merupakan sebuah aktivitas yang dapat berfungsi untuk mendorong penghematan serta menekan pembelian impulsif. Seseorang yang memiliki Pengendalian diri atau pengendalian diri akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak. Agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak terkontrol, maka dibutuhkan faktor psikologi untuk mengendalikannya yaitu kontrol diri.

Pengendalian diri merupakan hal yang penting sebelum individu memutuskan untuk mengambil keputusan dalam berperilaku. Ketika individu mempunyai Pengendalian diri yang baik, maka akan mengendalikan penggunaan uangnya dan dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih baik dan mempunyai niat untuk menabung. Pengendalian diri dalam mengelola keuangan sangat diperlukan. Mahasiswa lebih berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki, seperti mempertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu agar terhindar dari perilaku konsumtif (Juniani, 2020).

Pengendalian diri dalam mengelola keuangannya pribadi seseorang sangat diperlukan. Mahasiswa lebih berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki, seperti mempertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli sesuatu agar terhindar dari perilaku konsumtif. yaitu faktor yang menyebabkan seseorang untuk melakukan pembelian konsumtif adalah kurangnya Pengendalian diri yang dimiliki. Apabila mahasiswa mempunyai Pengendalian diri yang baik, mahasiswa tersebut dapat mengalokasikan uangnya untuk menabung, karena menabung sangat penting untuk kesejahteraan dimasa depan. Mahasiswa yang rata-rata

tinggal jauh dari orang tua harus lebih pintar manajemen keuangan nya. Jika mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya pasti akan mengalami masalah keuangan (Mardiana & Rochmawati, 2020).

Berdasarkan pra survey awal yang dilakukan pada mahasiswa STMIK Triguna Dharma untuk tingkat pengendalian diri yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3
Data Pra Survey Pengendalian Diri

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah
1	Saya membeli suatu produk tanpa ada perencanaan sebelumnya.	25	15	40
2	Saya sulit menahan keinginan untuk membeli produk yang unik dan menarik	29	11	40
3	Saya mudah terpengaruh oleh ajakan teman untuk membeli suatu produk baru	22	18	40

Sumber :Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 1.3 hasil kuesioner pra-survei untuk variabel pengendalian diri dengan responden sebanyak 40 mahasiswa, dimana sebagian besar responden membeli suatu produk tanpa ada perencanaan sebelumnya, dalam arti responden dapat tertarik karena berbagai faktor sehingga hal tersebut bisa terjadi, selain itu mahasiswa tidak dapat menahan keinginan untuk membeli produk yang unik dan menarik, meskipun produk tersebut mungkin tidak memiliki nilai guna pada saat itu.

Selain literasi keuangan dan pengendalian diri, impulse buying juga dapat mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif, dimana *impulsive buying* adalah suatu kecenderungan perilaku belanja reflektif atau spontan dikarenakan adanya desakan atau hasrat yang sangat kuat dari dalam diri yang pada akhirnya memicu pelakunya untuk membeli atau berbelanja sesuatu berdasarkan keinginan subjektif dari dalam diri atau tidak melibatkan logika (Saputri, 2016).).

Perilaku seorang konsumen yang menarik bagi produsen yaitu adanya reaksi impulsif yang berhubungan erat dengan *impulse buying* (pembelian secara mendadak), hal tersebut yang biasa dikatakan oleh penjual dengan pembelian yang tidak direncanakan atau terjadi dengan dorongan hasrat dari dalam diri saat melihat suatu barang yang seketika menarik untuk dimiliki. Kegiatan dalam berbelanja tanpa disadari menciptakan suatu perilaku konsumen yang unik yaitu perilaku *impulse buying*. Seperti yang sering dialami sebagian orang, mereka seringkali berbelanja melebihi apa yang telah direncanakan semula, bahkan dapat lebih banyak barang yang mereka tidak masuk dalam daftar belanja (Fauziyyah & Oktafani, 2018).

Berdasarkan pra survey awal yang dilakukan pada mahasiswa STMIK Triguna Dharma untuk tingkat *impulse buying* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Data Pra Survey Pembelian Impulsif

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah
1	Saya membeli suatu produk secara spontan.	30	10	40
2	Saya menghindari untuk membeli suatu produk yang belum begitu dibutuhkan	14	26	40
3	Saya mengambil keputusan dengan cepat dalam memutuskan pembelian suatu produk	24	16	40

Sumber :Diolah Penulis 2025

Berdasarkan tabel 1.4 hasil kuesioner pra-survei untuk variabel pengendalian diri dengan responden sebanyak 40 mahasiswa, dimana sebagian besar responden secara spontan membeli suatu produk, selain itu juga mahasiswa mengambil keputusan dengan cepat dalam memutuskan pembelian suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa belum mampu untuk mengendalikan diri dengan baik, dimana mahasiswa seringkali melakukan pembelian suatu produk secara tidak

sadar dan tanpa mempertimbangkan secara tepat sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan pada pembelian yang tidak rasional

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya kecenderungan mahasiswa yang melakukan pembelian dikarenakan gengsi tanpa memikirkan pembelian produk yang sesuai kebutuhan
2. Masih adanya mahasiswa yang belum menerapkan pengetahuan literasi keuangan yang dimiliki dimana masih belum memanfaatkan uang secara bijak dan optimal.
3. Masih adanya mahasiswa tidak dapat menahan keinginan untuk membeli produk yang unik dan menarik, meskipun produk tersebut mungkin tidak memiliki nilai guna pada saat itu.
4. Masih adanya mahasiswa melakukan pembelian suatu produk secara tidak sadar dan tanpa mempertimbangkan secara tepat sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan pada pembelian yang tidak rasional.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dibuat batasan masalah agar ruang lingkup lebih fokus. Adapun batasan masalah yang

dibuat adalah hanya membahas tentang literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dilakukan perumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma?
2. Apakah ada pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma?
3. Apakah ada pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma?
4. Apakah ada pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan diatas, peneliti dapat membuat tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan yang diharapkan dari adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Bagi penulis, sebagai pendalaman ilmu yang diperoleh selama duduk di bangku kuliah sehingga dapat mengaplikasikan teori-teori yang sudah dipelajari serta mengatasi masalah-masalah yang ada.
- b. Bagi Mahasiswa STMIK Triguna Dharma, diharapkan penelitian ini memberi pertimbangan pemikiran dalam mengelola literasi keuangan, dapat mengendalikan diri agar tidak terjadinya pembelian impulsif dan berperilaku konsumtif
- c. Bagi Akademisi, memperkaya ilmu pengetahuan tentang mengelola literasi keuangan dan cara pengendalian diri serta pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif serta penelitian ini dapat dijadikan acuan di bidang penelitian yang sejenis dan mengembangkan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Adapun manfaat praktis bagi penelitian ini adalah sebagai cara pengendalian diri bagi Mahasiswa STMIK Triguna Dharma untuk mengurangi pembelian impulsif dan perilaku konsumtif serta mahasiswa dapat mengelola literasi keuangan dengan baik.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan (Wardani & Anggadita, 2021). Perilaku konsumtif sekarang ini condong ke dalam ke dalam emosional motif, konsumsi digunakan untuk membentuk identitas diri yang pada akhirnya membentuk suatu gaya hidup pada kelompok status tertentu (Sjeddie, 2022).

Perilaku konsumtif adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Maulida, 2022). Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dalam penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan di dorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Gunawan, 2022).

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan,

membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Jadi perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa melihat barang tersebut termasuk dalam kebutuhannya atau tidak (Mufarizzaturrizkiyah et al., 2020).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan mengkonsumsi barang dan jasa yang mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan dan tidak lagi bertindak secara rasional.

2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku seorang konsumen yang menarik bagi produsen yaitu adanya reaksi impulsif yang berhubungan erat dengan pembelian impulsif (pembelian secara mendadak), hal tersebut yang biasa dikatakan oleh penjual dengan pembelian yang tidak direncanakan atau terjadi dengan dorongan hasrat dari dalam diri saat melihat suatu barang yang seketika menarik untuk dimiliki. Kegiatan dalam berbelanja tanpa disadari menciptakan suatu perilaku konsumen yang unik yaitu perilaku pembelian impulsif. Seperti yang sering dialami sebagian orang, mereka seringkali berbelanja melebihi apa yang telah direncanakan semula, bahkan dapat lebih banyak barang yang mereka tidak masuk dalam daftar belanja (Fauziyyah & Oktafani, 2018).

Sedangkan menurut (Kurniawan, 2019) adapun faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif :

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dipunyai orang lain, Alhasil pembeli pun akan mencari barang yang langka atau limited edition tentu saja harganya pun juga pastinya sangat mahal.

2. Kebanggaan karena penampilan dirinya sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya ada orang akan percaya diri bila memiliki barangbarang mewah dan selalu update/terbaru.
3. Ikut-ikutan ada juga sifat orang yang ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barangbarang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.
4. Menarik perhatian dari orang lain ini salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang up to date. Kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja mereka bukan lagi sesuai kebutuhan primer sehari-hari akan tetapi sesuai selera mereka masing-masing (tersier).

Sedangkan menurut (Udayanthi et al., 2018) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang mahasiswa, diantaranya:

1. Literasi keuangan

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan.

2. Kualitas pembelajaran

Pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kualitas kehidupan bangsa sangat penting untuk menciptakan bangsa yang cerdas, damai, terbuka dan demokrasi. Oleh karena itu,

pembaharuan pendidikan harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan nasional.

3. Pengendalian diri.

Pengendalian diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol dan mengolah faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kemampuan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu Konform dengan orang lain dan menutupi perasaannya.

2.1.1.3 Aspek- Aspek Perilaku Konsumtif

Ada beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif, menurut (Lestarina et al., 2017) yaitu sebagai berikut :

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Perilaku ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

2. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang dampak negatifnya bagi kehidupan remaja.

3. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatarbelakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya trendy.

2.1.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif lebih cenderung kepada perilaku yang kurang baik karena sifat yang di timbulkan adalah pemborosan. Indikator-indikator perilaku konsumtif menurut (Nainggolan, 2022) adalah sebagai berikut :

1. Membeli produk karna trend
2. Membeli produk karena kemasan yang menarik
3. Membeli produk atas diskon atau iming-imingan hadiah
4. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial
5. Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk.

Perilaku konsumtif seseorang dapat diketahui berdasarkan pada indikator perilaku konsumtif. Menurut (Ismail et al., 2021) perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator yaitu :

1. Membeli produk karena tawaran hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

2.1.2 Literasi Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi Keuangan secara luas bermakna praktik dalam hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa, dan budaya yang mencakup bagaimana seseorang berkomunikasi dalam masyarakat. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengatur dan mengkomunikasikan tentang kondisi keuangan yang berkaitan dengan kesejahteraan materi seseorang (Gunawan, 2022). Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, membahas uang dan masalah keuangan tanpa ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan menanggapi kompeten untuk peristiwa kehidupan yang telah mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari (Siregar & Simatupang, 2022).

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang memanfaatkan sumber daya yang ia miliki untuk mencapai tujuannya (Koto, 2021). Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk membuat penilaian informasi dan mengambil keputusan yang efektif tentang penggunaan dan pengelolaan uang (Baiq, 2021). Finansial literasi adalah *“the ability to use knowledge and skills to manage financial resources effectively for a lifetime of financial well being”*. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman tentang konsep serta risiko keuangan,

keterampilan, motivasi serta kepercayaan diri yang diperlukan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang mereka miliki untuk membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat, serta berpartisipasi dalam sektor ekonomi (Ade, 2023).

Dari pendapat para ahli diatas dapat kita simpulkan literasi keuangan adalah pengetahuan seseorang yang berkaitan dalam pengelolaan keuangan untuk menghindari masalah keuangan sehingga mencapai kesejahteraan keuangan individu dimasa yang akan datang.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Literasi Keuangan

Menurut (Hidajat, 2016) literasi keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan, yaitu :

1. Meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*.
2. Meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan.
3. Agar dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat meningkatkan kesejahteraan setiap individu maupun kelompok.
4. Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik.
5. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.

Menurut (Gunawan, 2022) Literasi keuangan memiliki manfaat yang besar bagi masyarakat, diantaranya :

1. Agar masyarakat mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan.
2. Agar masyarakat memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik.
3. Agar masyarakat terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas

2.1.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu lingkungan sosial, perilaku orang tua, pendidikan keuangan dan pengalaman individu terhadap keuangan (Pulungan, 2017). Selain itu, hasil studi lainnya juga mengungkapkan bahwa terdapat tiga strategi peningkatan literasi keuangan, yaitu (Zulfani, 2020):

1. Memberikan pendidikan literasi keuangan melalui sistem pendidikan formal
2. Meningkatkan akses informasi, instrumen, dan sumber daya pengelolaan keuangan
3. Mendorong peningkatan kualitas literasi keuangan melalui beragam program dan bantuan.

Menurut Zulfani (2020) Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh :

1. Karakteristik Sosio-demografi

Dalam hal ini dikatakan bahwa perempuan dan etnis minoritas memiliki pengetahuan keuangan yang rendah, dan laki-laki memiliki pengetahuan keuangan dan ekonomi makro yang baik. Hal tersebut disebabkan oleh tinggi

rendahnya pendidikan yang di tempuh, akan tetapi selain pendidikan formal, kemampuan kognitif memiliki peran untuk meningkatkan pengetahuan keuangan. Jadi pada intinya, faktor-faktor yang terdapat dalam demografi yaitu meliputi etnis, gender dan kemampaun kognitif.

2. Sosial demografis

Latar belakang keluarga selain sosio- demografi dan kemampuan kognitif, literasi keuangan juga dilatar belakangi oleh keluarga seperti pendidikan orang tua terutama ibu.

3. Pengetahuan

Keuangan kekayaan pengetahuan keuangan merupakan modal penting manusia untuk berinvestasi jangka panjang dan merupakan bekal untuk menjalankan kehidupannya di masa sekarang dan masa yang akan datang, pengetahuan keuangan sangat dibutuhkan oleh investor guna memperoleh tingkat pendapatan yang lebih tinggi.

2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan

Indikator-indikator literasi keuangan menurut Setiawan (2017) adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Tingkat pengetahuan atau pemahaman berkaitan dengan pengetahuan mengenai jasa keuangan formal, produk dan layanan jasa lembaga keuangan, pengetahuan terkait dengan *delivery channel* dan karakteristik produk.

2. Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)

Perilaku keuangan berhubungan dengan tujuan menggunakan produk dan upaya mencapai tujuan keuangan.

3. Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

Sikap keuangan berhubungan dengan tujuan keuangan dan penyusunan keuangan pribadi. Berkaitan dengan kemampuan menghitung produk dan jasa lembaga keuangan, seperti bunga (tabungan atau pinjaman).

4. Keterampilan Keuangan (*Financial Skill*)

Berkaitan dengan kemampuan menghitung produk dan jasa lembaga keuangan, seperti bunga (tabungan atau pinjaman), hasil investasi, biaya dan denda.

5. Tingkat Keyakinan

Berkaitan dengan pengetahuan mengenai lembaga pengetahuan, produk dan layanan jasa keuangan serta kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan.

Menurut Batubara, Pulungan, & Yenty (2020) menjelaskan ada beberapa indikator yang dapat dijadikan patokan terkait literasi keuangan adalah sebagai berikut :

1. Seseorang harus mampu membuat *surplus* keuangannya, ini berhubungan dengan sejauh mana seseorang mampu menambah aset keuangan yang dimiliki.
2. Memahami dan mengetahui dengan jelas berapa yang harus ditabung dan diinvestasikan setiap bulannya.
3. Mengetahui produk-produk keuangan yang sesuai dengan profil dan latar belakang yang dimiliki

2.1.3 Pengendalian Diri

2.1.3.1 Pengertian Pengendalian Diri

Pengendalian diri mengacu pada kemampuan seseorang untuk menahan diri dari perilaku konsumtif yang berlebihan (Gunawan & Syakinah, 2022). Pengendalian diri adalah penilaian individu secara keseluruhan terhadap dirinya sendiri. Seseorang mempunyai pengendalian diri yang tinggi adalah seseorang yang mempunyai pandangan buruk tentang dirinya sebaliknya seseorang yang mempunyai pengendalian diri yang positif adalah seseorang yang mempunyai pandangan yang menyenangkan terhadap dirinya (Wardani & Anggadita, 2021).

Pengendalian diri merupakan kemampuan individu yang untuk mengendalikan suatu dorongan-dorongan, baik dalam diri maupun dari luar diri individu. Pengendalian diri adalah tingkah seseorang untuk mengendalikan tingkah seseorang untuk mengendalikan secara otomatis kebiasaan, dorongan, emosi dan keinginan dengan tujuan untuk mengarahkan perilakunya. Perasaan seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tingkah yang sangat efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan (Nugroho, 2019).

Pengendalian diri merupakan tingkah psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak penting atau penting dan kemampuan individu untuk memilih suatu tingkah yang diyakininya (Rahmawati et al., 2022). Pengendalian diri adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu agar dapat menghentikan atau mengendalikan adanya dorongan-dorongan, baik yang berasal

dari dalam diri individu itu sendiri ataupun dari luar individu itu tersebut (Mardiana & Rochmawati, 2020).

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri merupakan kemampuan seseorang melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu dengan mendisiplinkan kemauan atau dorongan-dorongan dalam diri seseorang, serta menahan diri dengan sadar untuk bertindak guna mencapai hasil dan tujuan sesuai yang diinginkan.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengendalian Diri

Pengendalian diri mengacu pada kemampuan seseorang individu dalam mengendalikan pikiran, emosi, tekanan bahkan perilaku seseorang. menurut (Marbun, 2019) Adapun dua faktor yang mempengaruhi pengendalian diri yaitu :

1. Faktor internal

Usia merupakan salah satu faktor internal yang dimiliki andil terhadap kontrol diri seseorang. Dengan bertambahnya usia seseorang maka semakin baik pula kemampuan mengontrol diri.

2. Faktor Eksternal

Lingkungan dan keluarga terutama orangtua memiliki andil atau berpengaruh besar dalam menentukan bagaimana seseorang memiliki kemampuan dalam mengontrol diri. Apabila orangtua mulai sejak dini telah menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens, maka sikap konsisten ini akan diinternalisasi oleh anak dan kemudian secara tidak langsung sikap disiplin tersebut menjadi kontrol diri bagi diri mereka sendiri.

Adapun untuk faktor-faktor pengendalian diri menurut (Zulfah, 2021) antara lain :

1. Faktor Kognitif

Berkenaan dengan kesadaran berupa proses-proses seseorang menggunakan pikiran dan pengetahuannya untuk mencapai suatu proses dan cara-cara yang tepat atau strategi yang sudah dipikirkan terlebih dahulu. Individu yang menggunakan kemampuan diharapkan dapat memanipulasi tingkah laku sendiri melalui proses intelektual. Jadi kemampuan intelektual individu dipengaruhi seberapa besar individu memiliki pengendalian diri.

2. Orang tua

Hubungan dengan orang tua memberikan bukti bahwa ternyata orang tua mempengaruhi pengendalian diri anak-anaknya. Pada orang tua yang mendidik anak-anaknya. Pada orang tua yang mendidik anaknya kurang dapat mengendalikan diri serta kurang peka terhadap peristiwa yang dihadapi. Sebaliknya orang tua sejak dini sudah mengajarkan anak untuk mandiri memberikan kesempatan untuk menentukan keputusannya sendiri, maka anak-anak akan lebih mempunyai pengendalian diri yang baik.

3. Budaya

Setiap individu yang berada dalam suatu lingkungan akan terkait budaya dilingkungan tersebut. Setiap lingkungan akan mempunyai budaya yang berbeda-beda dengan budaya dari lingkungan lain. Hal demikian mempengaruhi pengendalian diri seseorang sebagai anggota lingkungan tersebut.

2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Pengendalian Diri

Adapun tujuan dari pengendalian diri menurut (Marbun, 2019) yaitu :untuk mengontrol perilaku dan emosi kita, sehingga kita dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan mencapai tujuan kita dengan lebih efektif

Sedangkan untuk manfaat pengendalian diri menurut (Marbun, 2019) adalah :

1. Meningkatkan kualitas hidup

Ketika seseorang mampu mengendalikan emosi dan perilaku nya, seseorang dapat menghindari konflik dan meningkatkan hubungan dengan orang lain, sehingga meningkatkan kualitas hidup.

2. Meningkatkan produktivitas

Ketika seseorang dapat mengendalikan diri, seseorang dapat mengalokasikan waktu dan sumber daya secara lebih efektif, sehingga meningkatkan produktivitas.

2.1.3.4 Indikator Pengendalian Diri

Adapun indikator pengendalian diri menurut (Marbun, 2019) antara lain yaitu :

1. Kemampuan untuk menunda kepuasan

Kemampuan untuk menahan diri dari keinginan untuk membeli sesuatu yang diinginkan dan menunggu waktu yang tepat untuk membelinya. Dengan menunda kepuasan, seseorang dapat mempertimbangkan kembali apakah membeli barang tersebut benar-benar penting atau tidak.

2. Kemampuan untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang

Mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan pembelian, seseorang dapat menghindari pembelian impulsif yang mungkin menghasilkan konsekuensi finansial yang merugikan dimasa depan.

3. Kemampuan untuk mengelola emosi

Banyak orang yang berbelanja karena alasan emosional, seperti stress atau kecemasan. Dengan belajar mengelola emosi, seseorang dapat menghindari hal yang memicu perasaan negatif.

Sedangkan menurut (Zulfah, 2021) indikator-indikator pengendalian diri antara lain :

1. Kemampuan mengontrol perilaku

Dalam hal ini perilaku sangat penting peranannya sehingga apabila perilaku seseorang tidak terkontrol maka dapat terjadi perilaku yang menyimpang meskipun kemampuan mengontrol perilaku pada tiap-tiap individu berbeda.

2. Kemampuan mengontrol stimulus

Dalam kehidupan seseorang terdapat berbagai stimulus yang diterima. Dari berbagai macam stimulus yang masuk tersebut individu harus mempunyai kemampuan untuk mengontrol stimulus-stimulus tersebut yaitu dengan memilah stimulus yang mana yang harus diterima dan stimulus yang harus ditolak.

3. Kemampuan mengantisipasi peristiwa

Individu dalam menghadapi suatu masalah atau suatu peristiwa harus memiliki kemampuan untuk mengantisipasi masalah tersebut agar tidak menjadi masalah semakin besar dan rumit.

4. Kemampuan menafsirkan peristiwa

Individu juga harus mempunyai kemampuan untuk menafsirkan peristiwa artinya individu harus dapat mengartikan semua peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya sehingga dapat dengan mudah untuk menjalani peristiwa tersebut dan dapat memikirkan langkah-langkah apa yang dilakukan selanjutnya.

5. Kemampuan mengambil keputusan

Dalam setiap peristiwa pada ada sesuatu yang harus diputuskan. Setiap individu harus mempunyai kemampuan untuk mengambil suatu keputusan yang baik, dimana keputusan yang diambil tersebut baik untuk diri sendiri, orang lain dan sekitarnya juga tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.

2.1.4 Pembelian Impulsif

2.1.4.1 Pengertian Pembelian Impulsif

Pembelian konsumen berdasarkan segi perencanaan dikategorikan ke dalam pembelian terencana (*planned purchasing*) dan pembelian tak terencana (*unplanned purchasing/impulse buying behavior*). Pembelian impulsif atau dadakan sering terjadi pada kehidupan kita sehari-hari. Secara garis besarnya, pembelian impulsif terjadi karena pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Menurut (Adji & Samuel, 2014) “Pembelian impulsif adalah suatu kegiatan pembelian yang dilakukan secara mendadak tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada didalam toko”.

Menurut (Haq & Abbasi, 2016) mendefinisikan *impulse buying* sebagai kecenderungan konsumen yang secara spontan dan tak terduga mengarah pada

perilaku pembelian dalam situasi yang berbeda. Sedangkan menurut Menurut (Saputri, 2016) *impulsive buying* adalah suatu kecenderungan perilaku belanja reflektif atau langsung yang disebabkan oleh adanya paksaan atau keinginan yang sangat kuat yang ada pada dalam diri dan akhirnya akan memicu seorang tersebut untuk membeli atau berbelanja sesuatu berdasarkan keinginan subjektif dari dalam diri atau tidak melibatkan logika. Perilaku tersebut terjadi karena adanya dorongan untuk membeli secara spontan dan tanpa banyak pemikiran. Sehingga konsumen tidak memikirkan konsekuensi dari pembelian yang dilakukan, melainkan konsumen memikirkan konsekuensinya setelah terjadinya keputusan pembelian (*pasca purchase*).

Pembelian impulsif bisa juga dideskripsikan sebagai pembelian yang berbeda, menyenangkan dan lebih menggunakan emosi dibandingkan logika, dan dikarakteristikan oleh pembuatan keputusan yang cenderung cepat dan bisa subjektif dan berlaku saat itu juga (Andriyanto et al., 2016).

Pembelian impulsif merupakan pembelian saat itu juga yang tidak direncanakan, berdasar pada tindakan yang sangat kuat dan dorongan keras untuk langsung membeli suatu barang (Andriany & Arda, 2019)

Berdasarkan uraian tersebut bahwa pembelian impulsif adalah tindakan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, yang ditimbulkan karena adanya dorongan emosi yang kuat terhadap keinginan pada suatu produk yang menimbulkan rasa ingin memiliki yang sangat besar terhadap produk tersebut.

2.1.4.2 Jenis Pembelian Impulsif

Menurut (Adji & Samuel, 2014) mengemukakan bahwa pembelian impulsif dapat dikategorikan dalam empat kategori, yaitu:

1. Impuls murni (*pure impulse*)

Pengertian ini mengacu pada tindakan pembelian sesuatu karena alasan menarik, biasanya ketika pembelian terjadi karena ketertarikan terhadap suatu merek atau perilaku pembelian yang telah biasa dilakukan.

2. Impuls pengingat (*reminder impulse*)

Tindakan pembelian ini dikarenakan suatu produk yang memang sudah biasa dan selalu dibeli oleh konsumen, tetapi terkadang teringat pada saat melihat barang tertentu dan tidak tercatat dalam daftar belanja.

3. Impuls saran (*suggestion impulse*)

Salah satu produk yang dilihat konsumen atau karena menerima info dari orang tertentu untuk mencoba suatu barang untuk pertama kali.

4. Impuls terencana (*planned impulse*)

Aspek perencanaan dalam perilaku ini menunjukkan respon konsumen terhadap beberapa insentif spesial untuk membeli produk yang diantisipasi. Impuls ini biasanya disebabkan oleh pengumuman penjualan diskon, bonus belanja, atau penawaran yang membuat konsumen tertarik lainnya.

2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif

Menurut (Aruna & Santhi, 2015) faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif, yaitu sebagai berikut :

1. Faktor Internal

- a. Emosi (*Emotion*)

Emosi didefinisikan sebagai faktor yang sangat mempengaruhi pembelian impulsif. Emosi konsumen juga dapat mempengaruhi sebuah pembelian, dimana seorang konsumen yang merasa *happy* akan melakukan pembelian lebih banyak dibandingkan dengan orang yang sedang tidak *happy*. Seperti halnya *Mood*, *mood* adalah bagian dari emosi. *Mood* sangat mudah dipengaruhi. *Mood* juga datang dan menghilang secara tiba-tiba.

b. Keinginan Berbelanja (*Hedonic Pleasure*)

Keinginan berbelanja sering berdampingan dengan intensitas keadaan. Pengalaman hedonis konsumen belum diteliti secara meluas. Perilaku Pembelian impulsif konsumen secara individu berhubungan dengan keinginan memenuhi kebutuhan agar dirinya terlihat *hedonic*, yaitu kesenangan, bahagia, puas, hal-hal baru, dan kejutan.

c. Kognitif (*Cognitive*)

Kognitif lebih mengacu pada proses berpikir dimana didalamnya terdapat pengetahuan (*knowledge*), arti atau maksud (*meaning*) dan kepercayaan (*belief*).

d. Afektif (*Affective*)

Afektif biasanya segera berpengaruh dan secara otomatis terhadap aspek-aspek dari emosi (*emotions*) dan perasaan (*feeling states*).

2. Faktor Eksternal

Sebagian besar konsumen lebih memilih daya fisik suatu toko dari pada kualitas barang dan harga. Konsumen akan menghindari sebuah toko jika setting toko tersebut mengundang stress atau tidak indah dipandang mata.

2.1.4.4 Indikator Pembelian Impulsif

Adapun indikator pembelian impulsif (Budiono et al., 2017) adalah:

1. Spontanitas

Konsumen melihat sebuah produk atau barang di toko kemudian mereka memutuskan untuk membeli sehingga tidak ada daftar dalam belanja sebelum konsumen tersebut datang ke sebuah tempat belanja.

2. Dorongan untuk membeli dengan segera

Konsumen membeli produk dengan adanya motivasi untuk mengesampingkan hal-hal lain dan bertindak secepatnya.

3. Kesenangan dan stimulasi

Konsumen membeli produk dengan keinginan membeli tiba-tiba ini sering kali diikuti emosi sehingga terjadi dorongan untuk membeli dengan segera.

4. Ketidakpedulian akan akibat

Konsumen membeli dengan keinginan sendiri untuk membeli produk sehingga menjadi tidak dapat ditolak sampai konsekuensi negatif yang akan terjadi diabaikan.

Adapun indikator dari tingkat pembelian impulsif (Andriany & Arda, 2019) adalah:

1. Sering membeli barang secara spontan,
2. "*Just do it*" menggambarkan cara konsumen melakukan suatu hal,
3. Sering membeli tanpa berfikir lebih dulu,
4. Ketika melihat produk langsung membelinya,
5. Terkadang membeli sesuatu dengan terburu-buru,
6. Membeli sesuatu sesuai dengan perasaan saat itu,

7. Dengan hati-hati merencanakan pembelian,
8. Terkadang agak ceroboh dalam membeli.

Sedangkan menurut (Sari & Suryani, 2014) indikator yang digunakan untuk mengukur pembelian impulsif konsumen adalah:

1. Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya

Konsumen sebelumnya tidak berniat untuk melakukan pembelian suatu kategori produk dengan merek tertentu namun dengan adanya stimulus di dalam outlet, misalnya adanya diskon atau promo, suasana outlet, atau pengaruh *salesperson* maka akan timbul perasaan menginginkan produk tersebut dan pada akhirnya konsumen akan membelinya.

2. Keadaan emosional

Penilaian pelanggan dimana pelanggan melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh keadaan emosional yang dirasakan.

3. Penawaran menarik

Adanya promo atau penawaran yang menarik menjadi senjata utama perusahaan untuk mendorong minat beli konsumen terutama untuk memberikan rasa ketertarikan terhadap produk karena diberikan potongan harga atau diskon.

2.2 Kerangka Berpikir Konseptual

2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi Keuangan secara luas bermakna praktik dalam hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa, dan budaya yang mencakup bagaimana seseorang berkomunikasi dalam masyarakat. Literasi keuangan adalah kemampuan

untuk membaca, menganalisis, mengatur dan mengkomunikasikan tentang kondisi keuangan yang berkaitan dengan kesejahteraan materi seseorang (Gunawan, 2022).

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan selektif dalam berkonsumsi, mereka akan memprioritaskan untuk membeli apa yang dibutuhkan, dan mengsampingkan apa yang diinginkan karena mereka tahu bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi apabila mereka mengsampingkan prioritas.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Dikria & Mintarti, 2016), (Pulungan & Febriaty, 2018), (Yahya, 2021), (Rahmawati et al., 2022) dan (Hartiningsih et al., 2021) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif .

2.2.2 Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengendalian diri adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu agar dapat menghentikan atau mengendalikan adanya dorongan-dorongan, baik yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri ataupun dari luar individu itu tersebut (Dikria, 2016).

Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri yang rendah akan memiliki perilaku konsumtif. Hal ini bisa terjadi karena mahasiswa mudah terpengaruh oleh hal-hal yang mendorongnya untuk berkonsumsi. Contohnya, mahasiswa yang terlalu bergantung dengan temannya akan melakukan aktifitas yang dilakukan juga

oleh temannya, termasuk aktivitas membeli. Mahasiswa cenderung melakukan penyesuaian diri secara berlebihan hanya untuk memperoleh pengakuan secara sosial. Demi pengakuan sosial mahasiswa bisa berperilaku konsumtif, yaitu membeli suatu barang atau jasa bukan karena kebutuhan, namun berdasarkan keinginan atau memenuhi rasa puas. Remaja mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Kurniawan, 2019).

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Rahmawati et al., 2022), (Luis, 2020), (Dikria, 2016) dan (Arinda, 2021), menyimpulkan bahwa pengendalian diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2.2.3 Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif

Pembelian impulsif adalah keputusan untuk membeli produk atau jasa secara tiba-tiba dan tanpa perencanaan sebelumnya. Tindakan ini sering kali dipicu oleh emosi dan perasaan yang kuat, serta dapat terjadi akibat rangsangan eksternal seperti iklan atau promosi. Perilaku seorang konsumen yang menarik bagi produsen yaitu adanya reaksi impulsif yang berhubungan erat dengan *impulse buying* (pembelian secara mendadak), hal tersebut yang biasa dikatakan oleh penjual dengan pembelian yang tidak direncanakan atau terjadi dengan dorongan hasrat dari dalam diri saat melihat suatu barang yang seketika menarik untuk dimiliki. Kegiatan dalam berbelanja tanpa disadari menciptakan suatu perilaku konsumen yang unik yaitu perilaku *impulse buying*. Seperti yang sering dialami sebagian orang, mereka seringkali berbelanja melebihi apa yang telah direncanakan semula, bahkan dapat lebih banyak barang yang mereka tidak masuk dalam daftar belanja (Fauziyyah & Oktafani, 2018).

Perilaku konsumtif yang berlebihan sering kali terkait dengan impulse buying. Ketika konsumen melakukan pembelian impulsif, mereka cenderung mengabaikan kebutuhan finansial jangka panjang dan lebih fokus pada kepuasan sesaat. Hal ini bisa mengakibatkan masalah keuangan. Meskipun pembelian impulsif dapat memberikan kepuasan instan, efeknya sering kali bersifat sementara dan dapat menimbulkan penyesalan di kemudian hari (Lianto & Kurniawati, 2023).

Berdasarkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lianto & Kurniawati, 2023) menyimpulkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

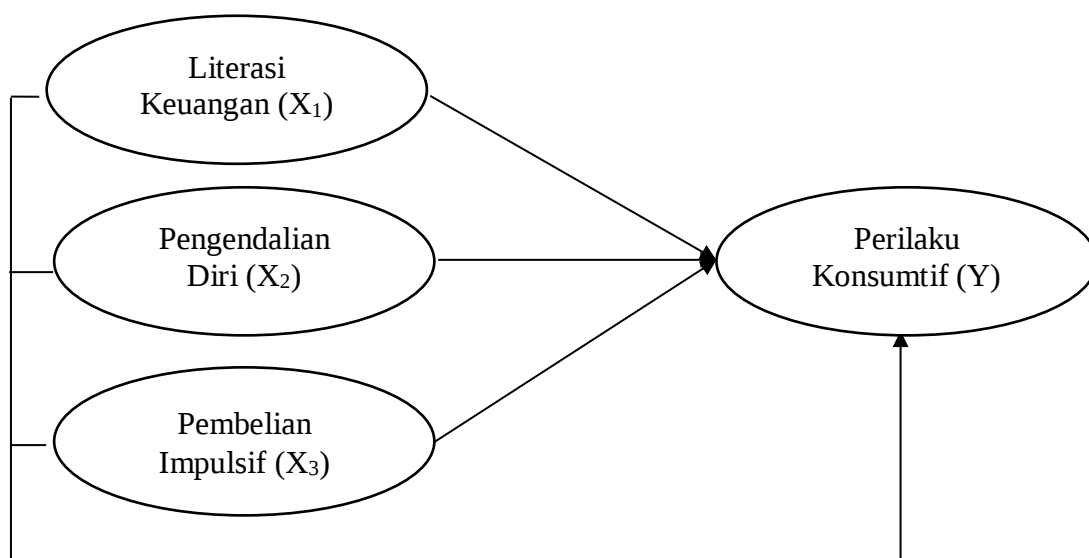
2.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan kajian-kajian pustaka yang telah dijelaskan sebelum ini, maka terlihat bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan pembelian impulsif berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik maka mahasiswa tersebut akan berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga membuat mahasiswa dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak akan memiliki pembelian impulsif dan berperilaku konsumtif. Sebaliknya, apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan yang kurang, maka mahasiswa tersebut cenderung tidak berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga tidak dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, akibatnya mereka kurang rasional sehingga berperilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018).

Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, pengendalian diri yang rendah akan mempengaruhi mahasiswa untuk terus berbelanja sesuai keinginannya, sehingga mahasiswa akan sulit untuk mengontrol diri dan sulit dalam mengelola keuangan. Mahasiswa harus mampu memahami literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan dengan baik. Selain itu mahasiswa harus mampu untuk mengontrol dirinya agar membeli suatu barang sesuai kebutuhannya. Jika mahasiswa mampu dalam memahami literasi keuangan dan mampu mengendalikan dirinya maka akan memiliki kehidupan yang sejahtera. Pengendalian diri membantu seseorang dalam mengambil keputusan dan tekad yang kuat sehingga seseorang dapat menjadi orang yang berpengaruh atau sejahtera secara keuangan. Sebaliknya kurangnya pengendalian diri pada seseorang dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang tidak rasional kurangnya percaya diri dan memiliki perilaku yang buruk (Jannah & Sylvia, 2020)

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2016) Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma
2. Ada pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma
3. Ada pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma
4. Ada pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Di mana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis. Penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2016) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.”

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel penelitian dan hipotesis pengujian (Nasution, Fahmi, Jufrizen, Muslih, & Prayogi, 2020).

3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut (Sugiyono, 2016). Adapun definisi dari variabel diatas adalah sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan mengkonsumsi barang dan jasa yang mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan dan tidak lagi bertindak secara rasional. Adapun yang menjadi indikator yang penulis gunakan untuk mengukur kinerja menurut (Nainggolan, 2022) adalah:

Tabel 3.1
Indikator Perilaku Konsumtif

No.	Indikator
1.	Membeli produk karna trend
2.	Membeli produk karena kemasan yang menarik
3.	Membeli produk atas diskon atau iming-imingan hadiah
4.	Membeli produk untuk menunjukkan status sosial
5.	Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk

Sumber : (Nainggolan, 2022)

3.2.2 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2016b). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

a. Literasi Keuangan (X_1)

Literasi keuangan adalah pengetahuan seseorang yang berkaitan dalam pengelolaan keuangan untuk menghindari masalah keuangan sehingga mencapai kesejahteraan keuangan individu dimasa yang akan datang. Indikator-indikator adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indikator Literasi Keuangan

No.	Indikator
1.	Pengetahuan Keuangan (<i>Financial Knowledge</i>)
2.	Perilaku Keuangan (<i>Financial Behavior</i>)
3.	Sikap Keuangan (<i>Financial Attitude</i>)
4.	Keterampilan Keuangan (<i>Financial Skill</i>)
5.	Tingkat Keyakinan

Sumber : (Setiawan, 2017)

b. Pengendalian Diri (X_2)

Pengendalian diri merupakan kemampuan seseorang melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu dengan mendisiplinkan kemauan atau dorongan-dorongan dalam diri seseorang, serta menahan diri dengan sadar untuk bertindak guna mencapai hasil dan tujuan sesuai yang diinginkan. Adapun indikator digunakan untuk mengukur variabel pengendalian diri adalah:

Tabel 3.3
Indikator Pengendalian Diri

No.	Indikator
1.	Kemampuan mengontrol perilaku
2.	Kemampuan mengontrol stimulus
3.	Kemampuan mengantisipasi peristiwa
4.	Kemampuan menafsirkan peristiwa
5.	Kemampuan mengambil keputusan

Sumber : (Zulfah, 2021)

c. Pembelian Impulsif (X_3)

Pembelian impulsif adalah tindakan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, yang ditimbulkan karena adanya dorongan emosi yang kuat terhadap keinginan pada suatu produk yang menimbulkan rasa ingin memiliki yang sangat besar terhadap produk tersebut. Adapun indikator digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif adalah :

Tabel 3.4
Indikator Pembelian Impulsif

No.	Indikator
1.	Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya
2.	Keadaan emosional
3.	Penawaran menarik
4.	Motif (<i>Motives</i>)

Sumber : (Sari & Suryani, 2014)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma yang beralamat Jl. AH. Nasution no 73F, Kwala Bekala, Medan Johor, Medan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2024 sampai dengan Maret 2025

Tabel 3.5
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Des				Jan				Feb				Mar				Apr			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																				
2	Pengambilan data																				
3	Penyusunan Proposal																				
4	Riset																				
5	Pengolahan data																				
6	Penulisan Skripsi																				
7	Bimbingan Skripsi																				
8	ACC Skripsi																				
9	Sidang																				

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah Wilayah Generalisasi terdiri objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STMIK Triguna Dharma sebanyak 1.757 Mahasiswa Wanita.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dari sebagian data yang dianggap telah dapat mewakili seluruh populasi. Menurut (Sugiyono, 2016)

sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dapat menjadi kesimpulan dari populasi sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian benar-benar dapat mewakili populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya *purposive sampling*. (Sugiyono, 2016) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 1.757 Mahasiswa Wanita STMIK Triguna Dharma. Dimana jumlah sampel yang digunakan berdasarkan dengan rumus *slovin* yaitu:

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Standar Error (10%)

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

Jumlah Mahasiswa yang menjadi Responden

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

$$n = \frac{1.757}{1 + 1.757 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.757}{18.57}$$

$$n = 94,6$$

Dengan menggunakan rumus diatas, maka untuk jumlah populasi sebanyak 95 mahasiswa tetap dan e²= 10 %, maka dapat di ukur sampel menjadi 95 mahasiswa wanita.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2016) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2016) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat mengenai pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Adapun dalam penyebaran kuesioner yang dapat dilakukan peneliti dengan menggunakan jenis skala likert, dimana pengukuran skala likert dengan bentuk checklist dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi yaitu:

Tabel 3.6
Skala Likert

Item	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan tahap:

1. Instrument Validitas dan Reliabilitas Data

a. Uji Validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas

digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan yang diberikan kepada responden didalam mendefinisikan suatu variabel. Instrument dapat dinyatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek diteliti (Sugiyono, 2016).

Ketentuan apakah suatu butir instrument valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk mengetahui apakah suatu item valid atau tidak maka dilakukan perbandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel berarti item valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel berarti item tidak valid.

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel literasi keuangan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan

No Pertanyaan	r hitung	r table	Status
1.	0,761	0,202	Valid
2.	0,771	0,202	Valid
3.	0,882	0,202	Valid
4.	0,890	0,202	Valid
5.	0,895	0,202	Valid
6.	0,777	0,202	Valid
7.	0,797	0,202	Valid
8.	0,802	0,202	Valid
9.	0,374	0,202	Valid
10.	0,902	0,202	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel pengendalian diri dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Instrumen Pengendalian Diri

No Pertanyaan	r _{hitung}	r _{table}	Status
1.	0,572	0,202	Valid
2.	0,704	0,202	Valid
3.	0,647	0,202	Valid
4.	0,721	0,202	Valid
5.	0,650	0,202	Valid
6.	0,709	0,202	Valid
7.	0,678	0,202	Valid
8.	0,594	0,202	Valid
9.	0,389	0,202	Valid
10.	0,421	0,202	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel pembelian impulsif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Instrumen Pembelian Impulsif

No Pertanyaan	r _{hitung}	r _{table}	Status
1.	0,831	0,202	Valid
2.	0,843	0,202	Valid
3.	0,887	0,202	Valid
4.	0,888	0,202	Valid
5.	0,886	0,202	Valid
6.	0,826	0,202	Valid
7.	0,843	0,202	Valid
8.	0,780	0,202	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dimana untuk hasil uji validitas untuk variabel perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.10
Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif

No Pertanyaan	r _{hitung}	r _{table}	Status
1.	0,807	0,202	Valid
2.	0,780	0,202	Valid
3.	0,695	0,202	Valid
4.	0,727	0,202	Valid
5.	0,661	0,202	Valid
6.	0,861	0,202	Valid
7.	0,788	0,202	Valid
8.	0,604	0,202	Valid
9.	0,362	0,202	Valid
10.	0,242	0,202	Valid

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel (literasi keuangan, pengendalian diri, pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif) yang diuji, ternyata semua butir pertanyaan mempunyai status valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah kuesioner tetap konsisten apabila digunakan lebih dari satu kali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Apabila alpha mendekati satu, maka reliabilitas datanya semakin terpercaya (Ghozali, 2022).

Tabel 3.11
Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0,931	Reliabel
Pengendalian Diri	0,760	Reliabel
Pembelian Impulsif	0,944	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,790	Reliabel

Sumber : *Data Penelitian*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa realibilitas instrument mengenai literasi keuangan (Variabel X_1) sebesar 0,931 (reliabel), Instrument pengendalian diri (variabel X_2) sebesar 0,760 (reliabel), Instrument pembelian impulsif (variabel X_2) sebesar 0,944 (reliabel) dan perilaku konsumtif (variabel Y) sebesar 0,790 (reliabel)

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2022) model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Ada empat pengujian dalam uji asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2022) tujuan dilakukan uji normalitas adalah : “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik”.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis

diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel independen, jika terjadi korelasi antara variabel independen maka hal ini berarti terdapat multikolinieritas dan persamaan regresi ganda yang akan terbentuk tidak dapat digunakan untuk peramalan. Menurut Ghozali (2022) uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian untuk melihat apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu model regresi yang baik harus bebas dari

masalah heterokedastisitas. Menurut Ghozali (2022) uji heterokedastisitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Untuk menguji ada tidaknya masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah *residual* dan sumbu X adalah X yang telah diprediksi. Apabila terdapat pola tertentu secara teratur pada grafik *scatterplot* maka terdapat indikasi bahwa terdapat heterokedastisitas. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, maka tidak terdapat heterokedastisitas.

3. Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan uji regresi ganda untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif, baik secara parsial maupun secara simultan. Teknik analisis berganda ini dilakukan dengan bantuan *software* statistik yaitu SPSS 23 (*Statistical Product and Service Solution*). Dalam metode analisis data ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan spesifikasi model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	: Variabel Perilaku Konsumtif
a	: Konstanta
X ₁	: Variabel Literasi Keuangan
X ₂	: Variabel Pengendalian Diri
X ₃	: Variabel Pembelian Impulsif
b	: Koefisien Regresi
e	: Variabel Pengganggu

4. Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2022). Dimana uji t mencari t_{hitung} dan membandikan dengan t_{tabel} apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji t, dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t_{hitung} = Nilai t
 r = Nilai Koefisien korelasi
 n = Jumlah Sampel

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2022).

Uji F dapat dihitung dengan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana:

F_h = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel
 N = jumlah sampel
 k = jumlah variabel
 R = koefisien korelasi ganda

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Menurut Ghozali (2022) uji koefisien determinasi (uji R^2) digunakan untuk persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah:

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Dimana:

KD = Koefisien Determinan
 R^2 = Determinan

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma. Dalam penelitian ini penulis mengolah angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pertanyaan untuk variabel (X_1), 10 pertanyaan untuk variabel (X_2), 8 pertanyaan untuk variabel (X_3) dan 10 pertanyaan untuk variabel (Y) dimana yang menjadi variabel X_1 , adalah literasi keuangan, yang menjadi variabel X_2 adalah pengendalian diri, yang menjadi variabel X_3 adalah pembelian impulsif dan variabel perilaku konsumtif (Y). Angket yang disebar ini diberikan kepada 95 mahasiswa sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert*.

4.1.1.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	95 orang	100 %
2	Laki-Laki	0 orang	0 %
	Jumlah	95 orang	100%

Sumber : data yang diolah (2025)

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden terdiri dari 95 orang perempuan (100%) dan laki-laki sebanyak 0 orang laki-laki (0%) sehingga dapat

dikatakan bahwa sebagian besar mahasiswa yang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi adalah perempuan.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan atas responden yang berusia, 17-20 tahun, 21-23 tahun, diatas 24-26 tahun, diatas 26 tahun, untuk hasil selengkapnya dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	17-20 tahun	29 orang	31%
2.	21-23 tahun	38 orang	40%
3.	24-26 tahun	21 orang	22%
4.	Di atas 26 tahun	7 orang	7%
Jumlah		95 orang	100%

Sumber : data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas yakni deskripsi responden berdasarkan usia, dimana kelompok usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang berusia antara 21-23 tahun yakni sebanyak 38 orang (40%), kemudian disusul responden yang berusia antara 17-20 tahun dengan jumlah responden sebanyak 29 orang (31%), dimana yang mahasiswa yang memiliki tingkat perilaku konsumtif berada diusia muda.

4.1.2 Analisa Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai deskripsi data masing-masing variabel penelitian dan pengaruh 3 variabel bebas yaitu variabel literasi keuangan (X_1), variabel pengendalian diri (X_2), variabel pembelian impulsif (X_3) dengan satu variabel dependen perilaku konsumtif (Y).

Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Literasi Keuangan

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	73	77	22	23	0	0	0	0	0	0	95	100
2	73	77	20	21	2	2	0	0	0	0	95	100
3	73	77	21	22	1	1	0	0	0	0	95	100
4	74	78	20	21	1	1	0	0	0	0	95	100
5	71	75	23	24	1	1	0	0	0	0	95	100
6	74	78	21	22	0	0	0	0	0	0	95	100
7	73	77	22	23	0	0	0	0	0	0	95	100
8	75	79	19	20	1	1	0	0	0	0	95	100
9	75	79	19	20	1	1	0	0	0	0	95	100
10	71	75	24	25	0	0	0	0	0	0	95	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai pengetahuan keuangan yang memadai saya dapat terhindar dari segala bentuk penipuan uang, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
2. Dari jawaban kedua mengenai mengetahui cara mengelola keuangan yang baik dan bijaksana, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
3. Dari jawaban ketiga mengenai berusaha menyimpan uang untuk ditabung yang bisa digunakan bila ada kepentingan yang mendesa, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
4. Dari jawaban keempat mengenai menganalisis situasi keuangan saya sebelum melakukan pembelian, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 78%

5. Dari jawaban kelima mengenai penting untuk memikirkan / merencanakan tentang keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 75%
6. Dari jawaban keenam mengenai kurang mampu membuat anggaran dalam keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 78%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai tabungan pribadi akan saya gunakan sebagai pendanaan darurat, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
8. Dari jawaban kedelapan mengenai belajar tentang keuangan menjadi prioritas, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 79%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai mengetahui dengan pasti digunakan untuk apa uang yang saya keluarkan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 79%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai selalu menyisihkan uang yang saya punya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 75%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa literasi keuangan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat dalam perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

Tabel 4.4
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Pengendalian Diri

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	80	84	13	14	2	2	0	0	0	0	95	100
2	73	77	22	23	0	0	0	0	0	0	95	100
3	70	74	25	26	0	0	0	0	0	0	95	100
4	72	76	23	24	0	0	0	0	0	0	95	100
5	73	77	21	22	1	1	0	0	0	0	95	100
6	81	77	15	16	3	3	0	0	0	0	95	100
7	78	82	17	18	0	0	0	0	0	0	95	100
8	79	83	16	17	0	0	0	0	0	0	95	100
9	17	18	58	61	18	19	2	2	0	0	95	100
10	29	31	40	42	23	24	3	3	0	0	95	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai berusaha mengontrol perilaku saya dalam hal ingin membeli sesuatu, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 84%
2. Dari jawaban kedua mengenai berusaha menahan selera terhadap barang yang ingin dibeli apabila keuangan saya tidak mencukupi, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
3. Dari jawaban ketiga mengenai selalu membandingkan harga barang yang akan saya beli terlebih dahulu dengan harga barang tersebut di toko lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 74%
4. Dari jawaban keempat mengenai selalu mencari informasi terhadap barang yang yang ingin saya beli apakah bagus atau tidak, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 76%

5. Dari jawaban kelima mengenai selalu merasa puas terhadap barang yang saya beli, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan dengan presentase sebesar 77%
6. Dari jawaban keenam mengenai selalu berusaha puas atas keuangan yang saya terima saat ini walaupun berbeda dengan teman-teman mahasiswa lainnya yang keuangannya lebih banyak, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai rasional dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk di onlineshop, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 82%
8. Dari jawaban kedelapan mengenai mampu mengetahui peristiwa yang akan datang jika saya boros, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 83%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai berusaha untuk berfikir terlebih dahulu sebelum membeli produk, mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 61%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai kurang mampu mengontrol diri untuk membeli sesuatu yang lagi trends dikalangan mahasiswa, mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 42%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa pengendalian diri melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat dalam perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

Tabel 4.5
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Impulsif

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	73	77	22	23	0	0	0	0	0	0	95	100
2	66	69	29	31	0	0	0	0	0	0	95	100
3	69	73	26	27	0	0	0	0	0	0	95	100
4	70	74	24	25	1	1	0	0	0	0	95	100
5	69	73	25	26	1	1	0	0	0	0	95	100
6	72	76	22	23	1	1	0	0	0	0	95	100
7	76	80	18	19	1	1	0	0	0	0	95	100
8	77	81	18	19	0	0	0	0	0	0	95	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai sering membeli produk pada marketplace secara spontan tanpa direncanakan sebelumnya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 77%
2. Dari jawaban kedua mengenai membeli barang di marketplace tanpa direncanakan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 69%
3. Dari jawaban ketiga mengenai cenderung membeli produk karena keinginan dan bukan karena kebutuhan saat itu pada marketplace, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 73%
4. Dari jawaban keempat mengenai ketika melihat barang yang diinginkan di marketplace saya segera membelinya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 74%
5. Dari jawaban kelima mengenai melihat-lihat pada marketplace, saya tidak dapat menahan untuk membeli produk yang terlihat menarik,

mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan dengan presentase sebesar 73%

6. Dari jawaban keenam mengenai kemasan di marketplace menarik saya bisa menahan diri untuk tidak membelinya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 76%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai berbelanja online marketplace, saya cenderung berbelanja tanpa berpikir panjang terlebih dahulu, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 80%
8. Dari jawaban kedelapan mengenai sebelum membeli produk di marketplace, terbiasa selalu mempertimbangkannya dahulu, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 81%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa pembelian impulsif melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat dalam perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

Tabel 4.6
Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Konsumtif

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	75	79	18	19	2	2	0	0	0	0	95	100
2	76	80	17	18	2	2	0	0	0	0	95	100
3	80	84	15	16	0	0	0	0	0	0	95	100
4	84	88	10	11	0	0	1	1	0	0	95	100
5	85	89	10	11	0	0	0	0	0	0	95	100
6	79	83	13	14	3	3	0	0	0	0	95	100
7	82	86	11	12	2	2	0	0	0	0	95	100
8	82	86	13	14	0	0	0	0	0	0	95	100
9	25	26	50	53	18	19	2	2	0	0	95	100
10	27	28	51	54	15	16	2	2	0	0	95	100

Sumber : *Data Penelitian Diolah*

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dari jawaban pertama mengenai membeli produk karna produk tersebut populer dimedia sosial, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 79%
2. Dari jawaban kedua mengenai selalu mengikuti trend agar terlihat keren, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 80%
3. Dari jawaban ketiga mengenai membeli produk karena kemasan produk yang sangat menarik, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 84%
4. Dari jawaban keempat mengenai tertarik membeli produk melihat warna kemasan yang mewah, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 88%
5. Dari jawaban kelima mengenai cenderung membeli produk yang berlabel “beli 1 gratis 1”, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 89%
6. Dari jawaban keenam mengenai membeli produk karna ada diskon harga, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 83%
7. Dari jawaban ketujuh mengenai senang membeli produk dengan merek terkenal agar terlihat “*high class*” mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 86%

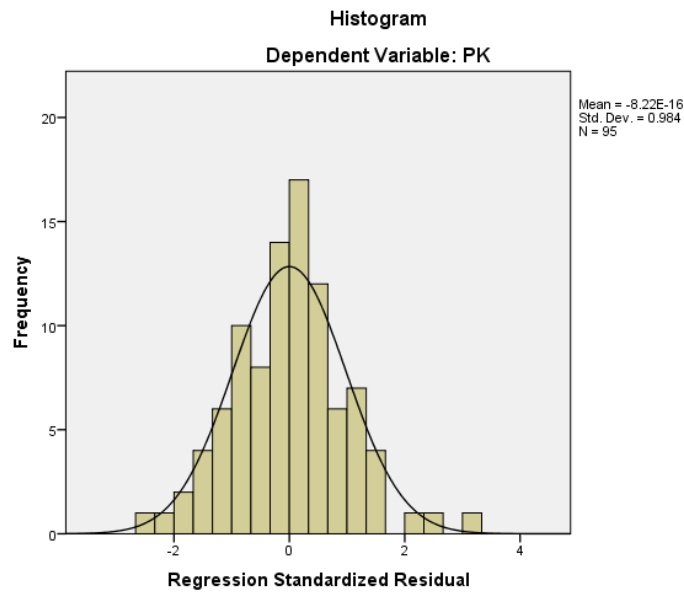
8. Dari jawaban kedelapan mengenai membeli produk agar terlihat menarik dikalangan mahasiswa lainnya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 86%
9. Dari jawaban kesembilan mengenai tergoda untuk membeli barang yang berkaitan dengan idola favorit, mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 53%
10. Dari jawaban kesepuluh mengenai membeli produk di online shop karena orang yang saya idolakan memakainya, mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 54%

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma melalui penyebaran kuesioner dilakukan memiliki pengaruh kuat. Terbukti dengan jawaban yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

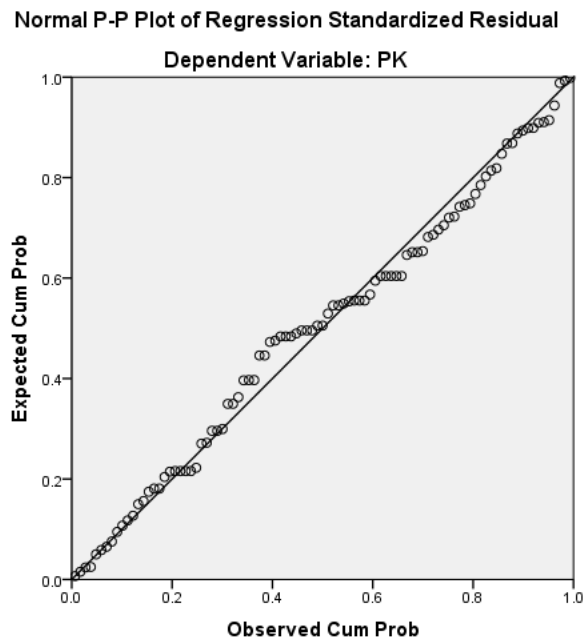
1. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji histrogram dan uji normal probability plot. Regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 23 sebagai berikut :



Gambar 4.1
Grafik Histogram

Berdasarkan tampilan gambar 4.1 di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.2
Penelitian menggunakan P-Plot

Berdasarkan gambar grafik 4.2 normal *probability plot* di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak terdapat korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna tetapi sangat tinggi pada variabel-variabel bebasnya. Uji multikolinieritas mengukur tingkat keeratan tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi. Multikolinieritas dapat diketahui dengan menunjukkan adanya nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10 . Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 23 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.576	3.462		3.055	.003		
LK	.210	.076	.252	2.754	.007	.544	1.837
PD	.238	.080	.236	2.978	.004	.725	1.380
PI	.399	.089	.417	4.468	.000	.523	1.910

a. Dependent Variable: PK

Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti (2025)

Pada Tabel 4.7 dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

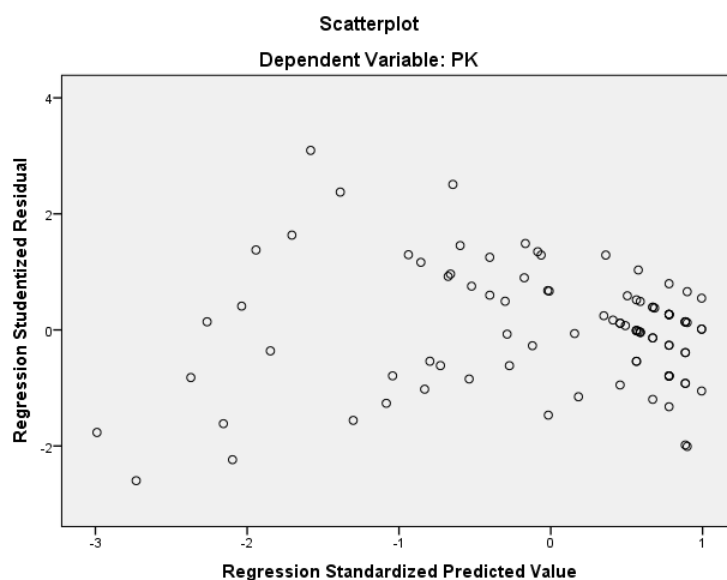
1. Literasi keuangan (X_1) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,544 lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* sebesar 1,837 lebih kecil dari 10.
2. Pengendalian diri (X_2) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,725 lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* sebesar 1,380 lebih kecil dari 10.

3. Pembelian impulsif (X_3) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,523 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,910 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka artinya data variabel literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif bebas dari adanya gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk menguji sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Hasil analisis uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 4.3
Uji Heterokedastisitas

Pada gambar 4.3 grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui statistik, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.576	3.462		3.055	.003		
LK	.210	.076	.252	2.754	.007	.544	1.837
PD	.238	.080	.236	2.978	.004	.725	1.380
PI	.399	.089	.417	4.468	.000	.523	1.910

a. Dependent Variable: PK

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 10,576 + 0,210X_1 + 0,238X_2 + 0,399X_3 + e$

Model tersebut menunjukkan arti bahwa:

1. Konstanta = 10,576

Jika variabel literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif diasumsikan tetap maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 10,576.

2. Koefisien Literasi Keuangan X_1

Nilai koefisien literasi keuangan sebesar 0,210. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 100% untuk literasi keuangan akan diikuti terjadi kenaikan perilaku konsumtif sebesar 21%.

3. Koefisien Pengendalian Diri X_2

Nilai koefisien pengendalian diri sebesar 0,238. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 100% untuk pengendalian diri akan diikuti terjadi kenaikan perilaku konsumtif sebesar 23,8%.

4. Koefisien Pembelian Impulsif X_2

Nilai koefisien pembelian impulsif sebesar 0,399. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 100% untuk pembelian impulsif akan diikuti terjadi kenaikan perilaku konsumtif sebesar 39,9%.

4.1.5 Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif maka perlu dilakukan uji t. Pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya $< 0,05$, H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.576	3.462		3.055	.003		
LK	.210	.076	.252	2.754	.007	.544	1.837
PD	.238	.080	.236	2.978	.004	.725	1.380
PI	.399	.089	.417	4.468	.000	.523	1.910

a. Dependent Variable: PK
(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2025)

Untuk t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai signifikansi 0,05 dengan df (*degree of freedom*) = $n - k$ atau $95 - 3 = 92$ (k adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah responden). Didapat t_{tabel} sebesar 1,986. Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel literasi keuangan diperoleh t_{hitung} (2,754) $> t_{\text{tabel}}$ (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel pengendalian diri diperoleh $t_{hitung} (2,978) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel pembelian impulsif diperoleh $t_{hitung} (4,468) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

4.1.6 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif secara bersama-sama. Berdasarkan pengujian dengan SPSS versi 23 diperoleh output ANOVA pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	463.163	3	154.388	42.607	.000 ^b
Residual	329.742	91	3.624		
Total	792.905	94			

a. Dependent Variable: PK

b. Predictors: (Constant), PI, PD, LK

Untuk F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai signifikansi 0,05 dengan df (*degree of freedom*) = $n - k - 1$ atau $95 - 3 - 1 = 91$ (k adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah responden). Didapat F_{tabel} sebesar 2,70.

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai $F_{hitung} (42,607) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

4.1.7 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif secara simultan dapat diketahui berdasarkan nilai *Adjusted R Square* pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.764 ^a	.584	.570	1.90356	1.874

a. Predictors: (Constant), PI, PD, LK

b. Dependent Variable: PK

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,570 atau 57% yang artinya pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma sebesar 57%, sedangkan sisanya 43% variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya gaya hidup, konsep diri dan variabel lainnya.

4.2 Pembahasan

Dari hasil penelitian terlihat bahwa semua variabel bebas (literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif), berarti seluruh variabel bebas

mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (perilaku konsumtif). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel literasi keuangan diperoleh t_{hitung} (2,754) > t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Literasi Keuangan secara luas bermakna praktik dalam hubungan sosial yang terkait dengan pengetahuan, bahasa, dan budaya yang mencakup bagaimana seseorang berkomunikasi dalam masyarakat. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengatur dan mengkomunikasikan tentang kondisi keuangan yang berkaitan dengan kesejahteraan materi seseorang (Gunawan, 2022).

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan selektif dalam berkonsumsi, mereka akan memprioritaskan untuk membeli apa yang dibutuhkan, dan mengsampingkan apa yang diinginkan karena mereka tahu bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi apabila mereka mengsampingkan prioritas.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Dikria & Mintarti, 2016), (Pulungan & Febriaty, 2018), (Yahya, 2021), (Rahmawati et al., 2022) dan (Hartiningsih et al., 2021) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel pengendalian diri diperoleh t_{hitung} (2,978) > t_{tabel} (1,986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Pengendalian diri adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu agar dapat menghentikan atau mengendalikan adanya dorongan-dorongan, baik yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri ataupun dari luar individu itu tersebut (Dikria, 2016).

Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri yang rendah akan memiliki perilaku konsumtif. Hal ini bisa terjadi karena mahasiswa mudah terpengaruh oleh hal-hal yang mendorongnya untuk berkonsumtif. Contohnya, mahasiswa yang terlalu bergantung dengan temannya akan melakukan aktifitas yang dilakukan juga oleh temannya, termasuk aktivitas membeli. Mahasiswa cenderung melakukan penyesuaian diri secara berlebihan hanya untuk memperoleh pengakuan secara sosial. Demi pengakuan sosial mahasiswa bisa berperilaku konsumtif, yaitu membeli suatu barang atau jasa bukan karena kebutuhan, namun berdasarkan keinginan atau memenuhi rasa puas. Remaja mudah terbuju rayuan

iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Kurniawan, 2019).

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Rahmawati et al., 2022), (Luis, 2020), (Dikria, 2016) dan (Arinda, 2021), menyimpulkan bahwa pengendalian diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel pembelian impulsif diperoleh $t_{hitung} (4,468) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.

Pembelian impulsif adalah keputusan untuk membeli produk atau jasa secara tiba-tiba dan tanpa perencanaan sebelumnya. Tindakan ini sering kali dipicu oleh emosi dan perasaan yang kuat, serta dapat terjadi akibat rangsangan eksternal seperti iklan atau promosi. Perilaku seorang konsumen yang menarik bagi produsen yaitu adanya reaksi impulsif yang berhubungan erat dengan *impulse buying* (pembelian secara mendadak), hal tersebut yang biasa dikatakan oleh penjual dengan pembelian yang tidak direncanakan atau terjadi dengan dorongan hasrat dari dalam diri saat melihat suatu barang yang seketika menarik untuk dimiliki. Kegiatan dalam berbelanja tanpa disadari menciptakan suatu perilaku konsumen yang unik yaitu perilaku *impulse buying*. Seperti yang sering dialami sebagian orang, mereka seringkali berbelanja melebihi apa yang telah direncanakan semula, bahkan dapat lebih banyak barang yang mereka tidak masuk dalam daftar belanja (Fauziyyah & Oktafani, 2018).

Perilaku konsumtif yang berlebihan sering kali terkait dengan impulse buying. Ketika konsumen melakukan pembelian impulsif, mereka cenderung mengabaikan kebutuhan finansial jangka panjang dan lebih fokus pada kepuasan sesaat. Hal ini bisa mengakibatkan masalah keuangan. Meskipun pembelian impulsif dapat memberikan kepuasan instan, efeknya sering kali bersifat sementara dan dapat menimbulkan penyesalan di kemudian hari (Lianto & Kurniawati, 2023).

Berdasarkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lianto & Kurniawati, 2023) menyimpulkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian impulsif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma. Dengan nilai F_{hitung} (42,607) > F_{tabel} (2,70) dengan tingkat signifikansi 0.000. Selanjutnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,570 atau 57% yang artinya pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma sebesar 57%, sedangkan sisanya 43% variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya gaya hidup, konsep diri dan variabel lainnya.

Mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik maka mahasiswa tersebut akan berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga membuat mahasiswa

dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak akan memiliki pembelian impulsif dan berperilaku konsumtif. Sebaliknya, apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan yang kurang, maka mahasiswa tersebut cenderung tidak berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga tidak dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, akibatnya mereka kurang rasional sehingga berperilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018).

Berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini, pengendalian diri yang rendah akan mempengaruhi mahasiswa untuk terus berbelanja sesuai keinginannya, sehingga mahasiswa akan sulit untuk mengontrol diri dan sulit dalam mengelola keuangan. Mahasiswa harus mampu memahami literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan dengan baik. Selain itu mahasiswa harus mampu untuk mengontrol dirinya agar membeli suatu barang sesuai kebutuhannya. Jika mahasiswa mampu dalam memahami literasi keuangan dan mampu mengendalikan dirinya maka akan memiliki kehidupan yang sejahtera. Pengendalian diri membantu seseorang dalam mengambil keputusan dan tekad yang kuat sehingga seseorang dapat menjadi orang yang berpengaruh atau sejahtera secara keuangan. Sebaliknya kurangnya pengendalian diri pada seseorang dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang tidak rasional kurangnya percaya diri dan memiliki perilaku yang buruk (Jannah & Sylvia, 2020)

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai **Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma**. Responden pada penelitian ini berjumlah 95 responden, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma, hal ini terlihat dari $t_{hitung} (2,754) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$.
2. Ada pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma, hal ini terlihat dari $t_{hitung} (2,978) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$.
3. Ada pengaruh pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma, hal ini terlihat dari $t_{hitung} (4,468) > t_{tabel} (1,986)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Ada pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma, hal ini terlihat dari $F_{hitung} (42,607) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat signifikansi 0.000.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa STMIK Triguna Dharma harus memiliki pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan sehingga mahasiswa lebih bijaksana dalam mengelola keuangannya. Mahasiswa juga dapat membuat rencana keuangan yang lebih baik, menetapkan anggaran yang realistis dan menghindari pengeluaran impulsif yang tidak perlu sehingga dapat mengurangi untuk berperilaku konsumtif
2. Mahasiswa STMIK Triguna Dharma diharapkan mampu mengendalikan diri dalam hal perilaku konsumtif, dan membeli barang sesuai dengan keperluan dan manfaat yang diberikan.
3. Mahasiswa STMIK Triguna Dharma harus mampu menyesuaikan kondisi keuangan mereka dengan kehidupannya agar mahasiswa terhindar dari gaya hidup. Mahasiswa harus mampu mengubah membeli sesuatu bukan lagi karena keinginan melainkan karena kebutuhan agar kondisi keuangan tetap stabil.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti kembali variabel literasi keuangan, pengendalian diri dan gaya hidup hedonisme maupun variabel-variabel lain diluar variabel ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam proses penelitian yang dilakukan ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi faktor untuk diperhatikan bagi penelitian yang akan datang, berguna untuk menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini tentu saja memiliki kekurangan yang perlu untuk terus

diperbaiki dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Keterbatasan sampel, peneliti hanya menggunakan 95 responden dari Mahasiswa STMIK Triguna Dharma.
2. Dalam proses pengelolaan data, peneliti mengalami kendala dimana informasi kuesioner yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden sebenarnya. Hal ini terjadi karena perbedaan pemahaman yang terjadi setiap responden.
3. Jurnal yang dicantumkan masih belum terlalu banyak dan dibutuhkan referensi tambahan agar penelitian ini lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, M. (2023). *Pengantar Literasi Keuangan*. Nas Media Pustaka.
- Adji, J., & Samuel, H. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–10.
- Andriany, D., & Arda, M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Impulse Buying Pada Generasi Millennial. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 6681, 428–432.
- Andriyanto, D., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31(1), 42–49.
- Arinda, D. (2021). Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 5–28.
- Aruna, A., & Santhi, S. (2015). Impulse Purchase Behavior Among Generation-Y. *The IUP Journal of Marketing Management*, 14(1), 1–22.
- Baiq, A. (2021). *Literasi Keuangan (Teori Dan Implementasinya)*. Cv. Pena Persada.
- Batubara, S. S., Pulungan, D. R., & Yenty, M. (2020). Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 20(1), 23–37.
- Budiono, D. W., Cholifah, & Istanti, E. (2017). Pengaruh In-Store Promotion terhadap Keputusan Impulse Buying pada Konsumen Ramayana Department Store Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(3), 153–164.
- Ciptasari, W. N., Andayani, E., & Yudiyono, U. (2017). Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi dan Modernitas Individu. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 2(1), 1–6.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128–139.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 1–14.

- Ghozali, I. (2022). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat* (7th ed.). Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2022). *Monograf Pengukuran Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Keuangan*. UMSU Press.
- Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021). The Effect of Financial Literature and Lifestyle on Student Consumption Behavior (Student Case Study Department of Management Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 1(1), 79–86.
- Gunawan, A., & Syakinah, U. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional USM*, 3(1), 146–170.
- Haq, M. A., & Abbasi, S. (2016). Indirect Impact of Hedonic Consumption and Emotions on Impulse Purchase Behavior: A Double Mediation Model. *Retrieved From Journal Of Management Sciences*, 3(2), 108–122.
- Hartiningsih, M., Reza, R., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2), 1–9.
- Hidajat, T. (2016). *Literasi Keuangan*. STIE Bank BPD Jateng.
- Ismail, A. R. N., Noviartati, K., Syahril, S., & Fikri, A. R. (2021). Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 1–25.
- Jannah, I., & Sylvia, I. (2020). Hubungan Kelompok Teman Sebaya terhadap Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa. *Jurnal Perspektif*, 3(1), 18–27.
- Juniani, J. (2020). *Analisis Pengaruh Self Control, Attitude Toward Saving, Financial Literacy, Parental Socialization, dan Peer Influence Terhadap Perilaku Menabung pada Generasi Milenial Kota Batam*.
- Koto, M. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang mempengaruhi literasi keuangan Mahasiswa: Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(3), 588–597.
- Kurniawan, C. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.

- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6.
- Lianto, A. L., & Kurniawati, M. (2023). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Dewasa Awal. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 5817–5828.
- Luis, L. (2020). Pengaruh Pengendalian Diri, Literasi serta Perilaku Keuangan Terhadap Kesejahteraan Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1–9.
- Marbun, S. (2019). *Psikologi Pendidikan*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Mardiana, V., & Rochmawati, R. (2020). Self-Control Sebagai Moderasi Antara Pengetahuan Keuangan, Financial Attitude, Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 83–98.
- Maulida, N. (2022). *Ekonomi dan Bisnis : Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Nas Media Pustaka.
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., & Leliya. (2020). *Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*. CV Elsi Pro.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina RU V Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1–12.
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, J., Muslih, M., & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(2020), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052052>
- Nugroho, D. (2019). *Berfikir Positif dan Berjiwa Besar Terapi Pengendalian Diri untuk Kesuksesan dan Kebahagiaan Sejati*. Araska Publisher.
- OJK. (2019). *Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*.
- Pohan, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303.
- Pulungan, D. R. (2017). Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(1), 56–61.

- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8.
- 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*, 4(1), 16–28.
- Rozaini, N. (2020). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 1–8.
- Saputri, H. R. (2016). Hubungan Antara Fashion Involvement Dan Impulsive Buying Dengan Harga Diri (Self Esteem) Pada Remaja Di Sman 2 Samarinda. *EJournal Psikologi*, 4(3), 249–259.
- Sari, D. A. T., & Suryani, A. (2014). Pengaruh Merchandising, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying. *E- Jurnal Manajemen*, 3(4), 851–867.
- Setiawan. (2017). *Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Rajawali.
- Sjeddie, W. (2022). *Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. CV. Bintang Semesta Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.
- Wardani, L. M., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. PT. Nasya Expanding Management.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 27–37.
- Zulfah, Z. (2021). Karakter: Pengembangan Diri. *Iqra: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 28–33.
- Zulfani, D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaah Keuangan Pribadi pada Pegawai PT Pelabuhan Indonesia I (Persero). *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)*.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

feb@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA

NOMOR : 111 / TGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2025

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Tugas Akhir / Jurnal dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : **Manajemen**
Pada Tanggal : **19 Oktober 2024**

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/ Jurnal Mahasiswa :

Nama : **Sarah Yulian Hulwah**

N P M : **2105160339**

Semester : **VII (Tujuh)**

Program Studi : **Manajemen**

Judul Proposal / Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pembelian Impulsif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STMIK Triguna DHARMA**

Dosen Pembimbing : **Dr. Bahril Datuk S, SE., M.M.**

Dengan demikian di izinkan menulis Tugas Akhir / Jurnal dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Tugas Akhir/ Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Tugas Akhir / Jurnal harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
3. **Tugas Akhir** dinyatakan " **BATAL** " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : **13 Januari 2026**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : **13 Rajab 1446 H**
13 Januari 2025 M



Dekan

Dr. H. JANURI, SE., MM., M.Si., CMA

NIDN : 0109086502

Tembusan :
1. Peninggal.





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
(Silahkan mengunggah surat ini agar diterbitkan nomor dan tanggalnya)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAH-PT/Ak.Pg/PTM/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 111 /IL.3-AU/UMSU-05/ F / 2025
Lampiran :
Perihal : **IZIN RISET PENDAHULUAN**

Medan, 13 Rajab 1446 H
13 Januari 2025 M

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pimpinan
STMIK Triguna Dharma
Jl. AH. Nasution no 73F, Kwala Bekala, Medan Johor
Di tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di **Perusahaan / Instansi** yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan Tugas Akhir yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program **Studi Strata Satu (S-1)**

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Sarah Yulian Hulwah
Npm : 2105160339
Jurusan : Manajemen
Semester : VII (Tujuh)

Judul : **Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pembelian Implusif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STMIK Triguna DHARMA.**

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb



Dekan

Dr. H. JANURI, SE.,MM.,M.Si., CMA.
NIDN: 0109086502

Tembusan :
1. Peninggal





SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
STMIK TRIGUNA DHARMA
Terakreditasi "BAIK SEKALI" No. 49/SK/BAN-PT/Ak/PT/I/2024
Jl. AH Nasution No. 73 Medan - Sumatera Utara

Official:

Facebook: STMIK Triguna Dharma Instagram: triguna_dharma
Phone: 0812 6555 8061 0812 7375 7418
Phone: (061) 822 4051
Website: www.trigunadharma.ac.id

Medan, 31 Januari 2025

Nomor: 008/STMIK-TGD/WK-III/I/2025
Hal : Balasan Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Salam sejahtera bagi kita semua semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua dalam beraktivitas dan beramal di jalan-Nya. Aamiin.

Berdasarkan Surat Izin Riset Penelitian No : 111/II.3-AU/UMSU-05/F/2025 Pada tanggal 13 Rajab 1446 H/13 Januari 2025 M. Melalui surat ini kami dari STMIK Triguna Dharma menyatakan bahwa mahasiswa dibawah ini:

No	Nama	Npm	Jurusan	Judul Tugas Akhir
1	Sarah Yulian Hulwah	2105160339	Manajemen	Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pembelian Implusif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STMIK Triguna Dharma

Maka diberikan Izin untuk melakukan Riset di STMIK Triguna Dharma. dengan ketentuan mahasiswa tersebut diatas dapat menaati semua peraturan dan tata tertib yang berlaku di STMIK Triguna Dharma. Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan Terima kasih.

Wakil Ketua III

Bidang Kemahasiswaan & Alumni



Fitrah Sitorus Pane S.Kom., M.Kom
NIDN. 0120089101



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Be merajut satu hi agar distribusi
nomor dan langkahnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

feb@umsu.ac.id

[umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Nomor : 1288/II.3-AU/UMSU-05/F/2025
Lamp. : -
Hal : MENYELESAIKAN RISET

Medan, 20 Syawal 1446 H
19 April 2025 M

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pimpinan
Kampus (STMIK Triguna Dharma)
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan Mahasiswa kami akan menyelesaikan Studinya, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan pada Mahasiswa kami melakukan Riset di **Perusahaan/ instansi** yang Bapak/Ibu pimpin, guna untuk **melanjutkan Penyusunan / Penulisan Tugas Akhir pada Bab IV – V**, dan setelah itu Mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan Surat Keterangan Telah Selesai Riset dari Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpinan, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian **Program Studi Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan :

Adapun Mahasiswa tersebut adalah :

Nama : Sarah Yulian Hulwah
N P M : 2015160339
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pembelian Impulsif terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa STMIK Triguna Dharma

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Dekan

Dr. H. JANURI SE., MM., M.Si., CMA

NIDN. 0109086502

Tembusan :
1. Peringgal





SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
STMIK TRIGUNA DHARMA
Terakreditasi "BAIK SEKALI" No. 49/SK/BAN-PT/AK/PT/I/2024
Jl. AH Nasution No. 73 Medan - Sumatera Utara

Official:

STMIK Triguna Dharma @ triguna_dharma
0812 6555 8061 0812 7375 7418
(061) 822 4051
www.trigunadharma.ac.id

Medan, 19 April 2025

Nomor: 024/STMIK-TGD/WK-III/IV/2025
Hal : Selesai Melakukan Riset

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,
Salam sejahtera bagi kita semua semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua dalam beraktivitas dan beramal di jalan-Nya. Aamiin.
Berdasarkan Surat Izin Riset Penelitian No : 111/IL3-AU/UMSU-05/F/2025 Pada tanggal 13 Rajab 1446 H/13 Januari 2025 M. Melalui surat ini kami dari STMIK Triguna Dharma menyatakan bahwa mahasiswa dibawah ini:

No	Nama	Npm	Jurusan	Judul Tugas Akhir
1	Sarah Yulian Hulwah	2105160339	Manajemen	Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pembelian Implusif Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STMIK Triguna Dharma

Telah selesai melakukan Riset di STMIK Triguna Dharma terhitung dari tanggal 03 Februari s/d 15 Maret 2025.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan Terima kasih.

Wakil Ketua III

Bidang Kemahasiswaan & Alumni



Esti Fatmahan Sari Sitorus Pane S.Kom., M.Kom
NIDN. 0120089101

Tembusan:
1 Peninggal