

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI TIKTOK SHOP
DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA MAHASISWA DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)*



OLEH:

NAMA : REISA ASHARI
NPM : 2205160092
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEUANGAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Sabtu, tanggal 18 April 2026, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : REISA ASHARI
NPM : 2205160092
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI TIKTOK SHOP DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

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

TIM PENGUJI

Penguji I

Assoc. Prof. Sri Fitri Wahyuni, S.E., M.M

Penguji II

Sri Puji Lestari, S.E., M.M

Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Radiman, S.E., M.Si



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh :

Nama : REISA ASHARI
N.P.M : 2205160092
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI TIKTOK SHOP DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

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

Medan, 15 April 2026

Pembimbing Tugas Akhir



Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Agus Sani, S.E., M.Sc.

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. Radiman, S.E., M.Si.



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 : Reisa Ashari
NPM : 2205160092
Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif di Tiktok Shop Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Perbaiki rumusan masalah, perbaiki sebab, dampak, akibat, dari pra riset	6 / 2026 Jan	
Bab 2	Perbaiki pengertian, faktor, dan indikator, dan revisi kerangka konseptual.	7 / 2026 Jan	
Bab 3	Perbaiki teknik analisis data	13 / 2026 Jan	
Bab 4	Pembahasan diperbaiki	15 / 2026 April	
Bab 5	Perbaiki kesimpulan, saran.	15 / 2026 April	
Daftar Pustaka	Perbaiki mendeley	14 / 2026 Jan	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace Sidang	15 / 4-2026	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Medan, 15 April 2026
Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Reisa Ashari
NPM : 2205160092
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Penelitian : Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif di Tiktok Shop dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjakkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 24 Januari 2026
Pembuat Pernyataan



Reisa Ashari

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi

ABSTRAK
PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENDAPATAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF DI TIKTOK SHOP DENGAN KONTROL
DIRI SEBAGAI VARIABELINTERVENING PADA MAHASISW
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA

Reisa Ashari

Program Studi Manajemen
E-mail: ashariniww@gmail.com

Penelitian ini membahas pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif, serta menguji peran kontrol diri dalam memediasi hubungan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Selain itu, kontrol diri terbukti mampu memediasi secara signifikan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif impulsif, namun tidak mampu memediasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris mengenai pentingnya peningkatan literasi keuangan serta penguatan kontrol diri dalam menekan perilaku konsumtif impulsif mahasiswa di era digital.

Kata kunci: literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, perilaku konsumtif impulsif

ABSTRACT

THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY AND INCOME ON CONSUMER BEHAVIOR IN THE TIKTOK SHOP WITH SELF-CONTROL AS AN INTERVENING VARIABLE AMONG STUDENTS AT THE MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF NORTH SUMATERA

Reisa Ashari

Management Study Program

E-mail: ashariniww@gmail.com

This study examines the influence of financial literacy and income on impulsive consumptive behavior, with self-control as an intervening variable, among students in the Management Study Program at the University of Muhammadiyah North Sumatra. This study aims to analyze the direct influence of financial literacy and income on impulsive consumptive behavior and examine the role of self-control in mediating this relationship. The research method used a quantitative approach, with data collection techniques using questionnaires for students in the Management Study Program at the University of Muhammadiyah North Sumatra. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS). The results of the study indicate that financial literacy, income, and self-control significantly influence impulsive consumer behavior. Furthermore, self-control was shown to significantly mediate the effect of financial literacy on impulsive consumer behavior, but not the effect of income on impulsive consumer behavior. This study provides empirical evidence on the importance of improving financial literacy and strengthening self-control in suppressing impulsive consumer behavior among students in the digital age.

Keywords: *financial literacy, income, self-control, impulsive consumer behavior*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua, karena hanya atas karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh kurang dari kata sempurna dalam hal isi maupun pemakaian bahasa, sehingga penulis memohon kritikan yang membangun untuk penulisan selanjutnya.

Dengan pengetahuan dan pengalaman yang sangat terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Di Tiktok Shop Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**.

Berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada pihak yang langsung maupun tidak langsung terkait dalam penyelesaian skripsi ini. Berkat semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam skripsi kali ini, secara khusus penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah, Mama, Babah, dan Nenek tercinta, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan selalu memberikan doa terbaik, dukungan moral, semangat, kasih

sayang, serta pengorbanan yang tidak terhitung nilainya. Terima kasih atas setiap langkah yang telah Ayah, Mama, Babah, dan Nenek tuntun, atas nasihat yang tidak pernah habis, dan atas dorongan yang membuat penulis mampu melalui setiap proses belajar hingga sampai pada tahap ini. Segala pencapaian dan perjalanan ilmu ini tidak akan berarti tanpa restu dan doa dari Ayah, Mama, Babah, dan Nenek. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kebahagiaan dalam setiap langkah kehidupan Ayah, Mama, Babah, dan Nenek.

2. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Agussani, M,Ap selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. H. Radiman, SE., MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Dosen.
5. Bapak M. Shareza Hafiz , S.E ., M.Acc., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Agus Sani, SE., M.Sc selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Arif Pratama Marpaung, S.E.,M.M, selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE., M.Si selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Rini Astuti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

10. Bapak dan Ibu serta seluruh staff/pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh sahabat dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala dukungan moral, motivasi, bantuan, serta kebersamaan yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
12. Terakhir, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri Reisa Ashari yang telah berjuang dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena tidak menyerah di tengah berbagai tantangan, rasa lelah, dan keraguan yang sempat muncul selama proses penyusunan. Terima kasih telah tetap konsisten, berusaha memberikan yang terbaik, serta terus percaya bahwa setiap usaha yang dilakukan akan membuahkan hasil. Semua proses yang dilalui menjadi pembelajaran berharga dalam perjalanan akademik maupun pengembangan diri penulis.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua bantuan yang diberikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, April 2026
Penulis

Reisa Ashari
2205160092

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	24
1.3 Batasan Masalah	25
1.4 Rumusan Masalah	26
1.5 Tujuan Penelitian	26
1.6 Manfaat Penelitian.....	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA	29
2.1 Landasan Teori	29
2.1.1 Perilaku Konsumtif.....	31
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	31
2.1.1.2 Tujuan Perilaku Konsumtif	32
2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	33

2.1.1.4	Indikator Perilaku Konsumtif.....	35
2.1.2	Literasi Keuangan	37
2.1.2.1	Pengertian Literasi Keuangan.....	37
2.1.2.2	Tujuan dan Manfaat Dari Literasi Keuangan	40
2.1.2.3	Faktor Literasi Keuangan	41
2.1.2.4	Indikator Literasi Keuangan	44
2.1.3	Pendapatan	46
2.1.3.1	Pengertian Pendapatan	46
2.1.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan.....	47
2.1.3.3	Peranan Pendapatan.....	48
2.1.3.4	Tujuan dan Manfaat Pendapatan	50
2.1.3.5	Indikator Pendapatan	52
2.1.4	Kontrol Diri	54
2.1.4.1	Pengertian Kontrol Diri	54
2.1.4.2	Tujuan dan Manfaat Kontrol Diri.....	56
2.1.4.3	Indikator Kontrol Diri	58
2.2	Kerangka Konseptual	59
2.2.1	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	59
2.2.2	Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	60
2.2.3	Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif	62
2.2.4	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kontrol Diri	63

2.2.5	Pengaruh Pendapatan Terhadap Kontrol Diri	64
2.2.6	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri.....	65
2.2.7	Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri.....	66
2.3	Hipotesis	68
BAB III METODE PENELITIAN		70
3.1	Jenis Penelitian	70
3.2	Definisi Operasional.....	70
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	72
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	73
3.5	Teknik Pengumpulan Data	75
3.6	Teknik Analisis Data.....	76
BAB VI HASIL PENELITIAN		80
4.1	Deskripsi Data	80
4.1.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.1.2.2	Berdasarkan Sumber Pendapatan	82
4.1.2.3	Pendapatan Perbulan	84
4.1.3.1	Perilaku Konsumtif.....	85
4.1.3.2	Literasi Keuangan.....	94
4.1.3.3	Pendapatan.....	100

4.1.3.4	Kontrol Diri	107
4.2	Analisis Data	113
4.2.1.1	Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect Hypothesis)	114
4.2.1.2	Pengaruh Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Specific Indirect Effects)	118
4.2.1.3	Pengujian Hipotesis Pengaruh Total (Total Effect)	120
4.2.2.1	Convergent Validity	123
4.2.2.2	Reliabilitas dan Validitas Konstruk (Construct Reliability and Validity)	125
4.2.2.3	Validitas Diskriminan (Discriminat Validity)	127
4.2.3.1	Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	128
4.2.3.2	Uji Size Effect (<i>F-Square</i>)	129
4.3	Pembahasan	131
BAB V PENUTUP		147
5.1	Kesimpulan	147
5.2	Saran	149
5.3	Keterbatasan Penelitian	151
DAFTAR PUSTAKA		153
LAMPIRAN		165

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Riset Perilaku Konsumtif	3
Tabel 1. 2 Hasil Pra Riset Literasi Keuangan	8
Tabel 1. 3 Hasil Pra Riset Pendapatan	13
Tabel 1. 4 Hasil Pra Riset Kontrol Diri	17
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	71
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian.....	73
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert	75
Tabel 4. 3 Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif	85
Tabel 4. 4 Skor Angket Untuk Variabel Literasi Keuangan	94
Tabel 4. 5 Skor Angket Untuk Variabel Pendapatan	100
Tabel 4. 6 Skor Angket Untuk Variabel Kontrol Diri.....	108
Tabel 4. 7 Direct Effect Hypothesis	115
Tabel 4. 8 Specific Indirect Effects	118
Tabel 4. 9 Total Effect	121
Tabel 4. 10 Outer Loading	123
Tabel 4. 11 Construct Reliability and Validity	126
Tabel 4. 12 Discriminat Validity	127
Tabel 4. 13 R-Square	129
Tabel 4. 14 F-Square	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	68
Gambar 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	80
Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan.....	82
Gambar 4. 3 Pendapatan (Uang Saku) Perbulan	84
Gambar 4. 4 Analisis Jalur (Path Analysis)	114

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, telah mengubah pola konsumsi masyarakat dengan menghadirkan kemudahan transaksi yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Kemudahan ini tidak hanya memengaruhi cara berbelanja, tetapi juga berdampak pada pola pengeluaran dan pengambilan keputusan keuangan individu. Di kalangan mahasiswa, belanja online menjadi pilihan utama karena praktis, banyak pilihan produk, serta didukung promo dan diskon. Namun, keterbatasan uang saku menuntut mahasiswa memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Tanpa perencanaan anggaran dan pengendalian diri yang memadai, kemudahan akses belanja online berpotensi meningkatkan pengeluaran yang tidak terkontrol.

Perkembangan *social commerce* seperti TikTok Shop yang menggabungkan hiburan dan transaksi melalui video, *live streaming*, serta promosi persuasif semakin mendorong pembelian impulsif. Strategi seperti *flash sale* dan diskon terbatas dapat memicu keputusan pembelian yang kurang rasional. Kondisi ini berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif yang berdampak pada ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran mahasiswa.

Salah satu perkembangan *social commerce* yang semakin memudahkan proses belanja melalui konten menarik dan promosi yang menggoda adalah munculnya perilaku konsumtif di kalangan pengguna, terutama mahasiswa. Menurut (Gunawan et al., 2019) perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang secara berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan, melainkan karena

dorongan emosi dan keinginan sesaat. Kondisi ini dapat terjadi karena rendahnya literasi keuangan seseorang, terutama dalam mengelola pengeluaran dan membuat keputusan finansial yang tepat. Pada umumnya perilaku konsumtif banyak terjadi pada kalangan Mahasiswi yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan merek terkenal. Pakaian dengan merek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama saat mereka mengenakannya (Kadri, 2022).

Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif memiliki kecenderungan yang tinggi terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh karakteristik psikologis mahasiswa yang masih berada dalam tahap pencarian identitas diri serta mudah terpengaruh oleh tren dan lingkungan sosial. Selain itu, munculnya fenomena *Fear Of Missing Out* (FOMO) atau rasa takut tertinggal tren turut memperkuat dorongan mahasiswa untuk membeli produk yang sedang populer di media sosial, meskipun produk tersebut tidak sepenuhnya dibutuhkan.

Kemudian, mahasiswa juga cenderung mudah tergoda oleh iklan, yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Salah satu bentuk kepuasan hidup mahasiswa adalah perasaan senang ketika kebutuhan dan harapannya terpenuhi. Hal ini sering kali mengarah pada perilaku konsumsi yang tidak rasional, di mana mereka membeli barang-barang yang sedang tren karena tertarik dengan iklan. Sebagai konsumen yang terdidik, seharusnya mahasiswa dapat membedakan barang yang benar-benar diperlukan dan tidak mudah terpengaruh oleh tren atau iklan yang ditawarkan oleh berbagai produk. Mereka seharusnya selalu berpikir dan berperilaku konsumsi secara rasional. Namun, ada mahasiswa yang belum memprioritaskan kebutuhan kuliah dan lebih sering mendahulukan keinginan

pribadi, tanpa mempertimbangkan kebutuhan masa depan yang lebih penting (Astuti & Fitriana, 2022).

Tabel 1. 1 Hasil Pra Riset Perilaku Konsumtif

PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Saya sering membeli barang di tiktok shop secara spontan atau tanpa perencanaan sebelumnya	48,5%	0%	0%	51,5%	0%
Promo dan diskon di tiktok shop membuat saya sulit menahan diri untuk membeli	48,5%	0%	0%	51,5%	0%
Saya tertarik membeli barang karena tren, promo, tampilan atau live penjual	60,6%	0%	0%	39,4%	0%

Berdasarkan hasil pra riset di atas dapat menunjukkan bahwa sebesar 48,5% responden memilih sangat setuju karena mereka sering membeli barang secara spontan di TikTok Shop tanpa perencanaan, yang disebabkan oleh kemudahan akses, tampilan produk yang menarik, serta proses transaksi yang cepat dan 51,5% responden memilih tidak setuju karena lebih mempertimbangkan kebutuhan dan memiliki kontrol diri. Akibatnya, kemudahan dan kenyamanan platform digital dapat memicu pembelian impulsif. Dampaknya, responden yang setuju cenderung mengalami peningkatan perilaku konsumtif dan pengeluaran yang kurang terkontrol, sedangkan yang tidak setuju lebih mampu mengelola keuangan secara rasional. Hal ini sejalan dengan penelitian (W.Rook, 1994) yang menjelaskan bahwa *impulse buying* merupakan perilaku pembelian yang didorong oleh emosi yang kuat dan muncul secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Dorongan tersebut biasanya timbul secara tiba-tiba sebagai respons terhadap berbagai rangsangan situasional, seperti tampilan produk yang menarik, promosi yang

menggoda, serta kemudahan akses dalam proses berbelanja. Dalam kondisi ini, individu cenderung mengabaikan pertimbangan rasional dan lebih mengikuti keinginan sesaat, sehingga keputusan pembelian dilakukan secara cepat dan impulsif.

Selanjutnya, sebesar 48,5% responden memilih sangat setuju bahwa promo dan diskon membuat mereka sulit menahan diri untuk membeli, yang disebabkan oleh adanya persepsi keuntungan (harga lebih murah) serta dorongan psikologis seperti *Fear Of Missing Out* (FOMO). Sedangkan 51,5% responden memilih tidak setuju karena tetap berpegang pada prioritas kebutuhan. Akibatnya, strategi promosi mampu memengaruhi keputusan pembelian secara cepat. Dampaknya, konsumen berpotensi melakukan pembelian impulsif yang tidak direncanakan, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Dittmar, 2005) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan rasional semata, tetapi juga berkaitan erat dengan dorongan psikologis individu dalam melakukan pembelian. Dorongan tersebut mencakup keinginan untuk memperoleh kepuasan emosional, meningkatkan suasana hati, serta memenuhi kebutuhan simbolis seperti pencitraan diri dan status sosial. Dalam konteks ini, aktivitas konsumsi seringkali dijadikan sebagai sarana untuk mengurangi stres atau mencari kebahagiaan sesaat, sehingga individu cenderung melakukan pembelian meskipun tidak didasarkan pada kebutuhan yang mendesak.

Sementara itu, sebesar 60,6% responden memilih sangat setuju bahwa mereka tertarik membeli karena tren, tampilan produk, dan live penjual, yang disebabkan oleh kuatnya pengaruh visual, interaksi langsung, serta daya tarik tren

di media sosial. Sementara 39,4% responden memilih tidak setuju karena tidak mudah terpengaruh oleh faktor tersebut. Akibatnya, strategi pemasaran berbasis visual dan interaktif mampu meningkatkan minat beli konsumen. Dampaknya, mayoritas responden terdorong untuk mengikuti tren dan melakukan pembelian, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks *social commerce*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Hajli, 2018) yang menyatakan bahwa *social commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan kepercayaan (trust) dan peningkatan niat beli konsumen. Pengaruh tersebut terjadi melalui interaksi sosial yang terbangun di dalam platform, seperti komunikasi antar pengguna, rekomendasi, serta ulasan atau *review* yang dibagikan berdasarkan pengalaman nyata. Informasi yang bersifat partisipatif dan transparan tersebut mampu mengurangi ketidakpastian konsumen, meningkatkan persepsi kredibilitas produk, serta mendorong keyakinan untuk melakukan pembelian, sehingga pada akhirnya memperkuat keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, hasil pra riset di atas menunjukkan bahwa perilaku pembelian pada mahasiswa dalam penggunaan TikTok Shop cenderung dipengaruhi oleh kombinasi faktor kemudahan akses, promosi, serta daya tarik visual dan sosial yang disajikan oleh platform. Sebab, kemudahan dalam mengakses produk, tampilan yang menarik, serta proses transaksi yang cepat mendorong munculnya dorongan spontan untuk membeli tanpa perencanaan. Selain itu, adanya promo dan diskon memperkuat persepsi keuntungan sekaligus memicu dorongan psikologis seperti *Fear Of Missing Out* (FOMO), sementara tren, *live streaming*, dan interaksi sosial semakin meningkatkan ketertarikan serta kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Akibatnya, konsumen cenderung mengambil keputusan pembelian secara cepat dengan mempertimbangkan aspek emosional dibandingkan rasional, sehingga memicu terjadinya *impulse buying*. Dampaknya, sebagian besar responden berpotensi mengalami peningkatan perilaku konsumtif dan pengeluaran yang kurang terkontrol, meskipun masih terdapat sebagian responden yang mampu menahan diri karena memiliki kontrol diri dan mempertimbangkan kebutuhan secara lebih rasional.

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses belanja online telah mendorong perubahan pola konsumsi mahasiswa, khususnya pada kelompok remaja akhir yang masih berada dalam tahap pencarian identitas dan cenderung mengalami ketidakstabilan emosi. Mahasiswa pada fase ini memiliki kebutuhan akan pengakuan sosial serta dorongan untuk tampil menarik dan mengikuti tren, sehingga rentan terhadap perilaku konsumtif. Belanja online yang menawarkan kemudahan transaksi, variasi produk, serta daya tarik promosi dan tren menjadikan aktivitas konsumsi tidak lagi semata-mata berorientasi pada kebutuhan, melainkan pada pemenuhan kesenangan dan gaya hidup. Perilaku konsumtif tersebut ditandai dengan pembelian impulsif, pemborosan, serta pembelian yang bersifat non-rasional (N. N. Sari & Irmayanti, 2021).

Perilaku ini disebabkan oleh faktor internal seperti kontrol diri yang rendah dan impulsivitas, serta faktor eksternal berupa paparan promosi, kemudahan transaksi, dan lingkungan sosial yang mendorong konsumsi berlebihan (Faber & O'Guinn, 1992). Akibat dari perilaku konsumtif tersebut adalah pengeluaran yang tidak terkontrol, meningkatnya risiko masalah keuangan, serta berkurangnya kemampuan individu dalam mengelola pendapatan secara efektif. Selain itu,

menurut (Candra et al., 2021) perilaku konsumtif menyebabkan individu cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya daripada menyetor untuk ditabung serta tidak memikirkan kebutuhan di masa datang, yang merupakan dampak negatif dari perilaku konsumtif.

Salah satu faktor penting yang berperan dalam menekan perilaku konsumtif adalah literasi keuangan, yaitu kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan dasar, menyusun perencanaan keuangan, serta mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari setiap keputusan konsumsi. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengevaluasi kebutuhan secara rasional, mengelola pendapatan secara bijak, serta menahan dorongan pembelian impulsif yang dipicu oleh promosi dan tren digital. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan berpotensi memperkuat perilaku konsumtif karena individu kurang memiliki landasan pengetahuan dalam mengendalikan pengeluaran dan menyusun prioritas keuangan, sehingga keputusan pembelian lebih didominasi oleh faktor emosional dibandingkan pertimbangan rasional.

Literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Literasi keuangan mempengaruhi hampir semua aspek yang berhubungan dengan perencanaan dan pengeluaran uang seperti pendapatan, penggunaan kartu kredit, tabungan, investasi, manajemen keuangan dan pembuatan keputusan keuangan (Laily & Malang, 2012). Literasi keuangan berkaitan erat dengan manajemen keuangan, di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan

seseorang, maka semakin baik pula kemampuan individu tersebut dalam mengelola keuangan, termasuk dalam kegiatan menabung, meminjam, berinvestasi, dan menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan literasi keuangan yang baik, individu mampu menghindari kesalahan pengambilan keputusan keuangan dan meminimalkan risiko keuangan yang merugikan (Mutiah & Khaira, 2022).

Menurut (OJK, 2025) literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap atau perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03%. Hasil menggembarakan lainnya di sisi gender, untuk pertama kalinya, indeks literasi keuangan perempuan lebih tinggi yakni sebesar 50,33% dibanding laki-laki 49,05%. Hal ini tidak terlepas dari upaya OJK menjadikan perempuan sebagai sasaran prioritas dalam arah strategis literasi keuangan (OJK, 2025).

Tabel 1. 2 Hasil Pra Riset Literasi Keuangan

PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Saya mengetahui cara Menyusun anggaran keuangan bulanan	75,8%	0%	0%	24,2%	0%
Saya dapat mengelola uang saku dengan baik setiap bulan	81,8%	0%	0%	18,2%	0%

Berdasarkan hasil pra riset di atas, menunjukkan bahwa sebesar 75,8% responden memilih sangat setuju karena mereka telah memiliki pemahaman dasar mengenai perencanaan keuangan, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Lusardi & Mitchell, 2013) yang menyatakan bahwa literasi keuangan, termasuk kemampuan dalam menyusun anggaran, merupakan keterampilan yang sangat penting dalam membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional, terencana, dan berorientasi jangka panjang. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman terhadap konsep dasar keuangan, tetapi juga kemampuan dalam mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari, seperti mengatur pemasukan, mengendalikan pengeluaran, serta merencanakan kebutuhan di masa depan.

Sedangkan sebesar 24,2% responden memilih tidak setuju karena masih kurang memahami cara menyusun anggaran atau belum terbiasa melakukan perencanaan keuangan. Akibatnya, tingkat pemahaman dalam penyusunan anggaran berbeda antar responden. Dampaknya, responden yang setuju cenderung lebih terarah dalam mengelola keuangan, sementara yang tidak setuju berpotensi mengalami kesulitan dalam mengontrol pengeluaran. Hal ini sejalan dengan penelitian (Xiao & O'Neill, 2016) yang menyatakan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan individu, seperti mengatur pengeluaran, menyesuaikan dengan pendapatan, serta membuat perencanaan keuangan, merupakan bagian penting dari *financial capability* yang berpengaruh terhadap kesejahteraan keuangan. *Financial capability* tidak hanya mencerminkan pengetahuan keuangan, tetapi juga kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Individu yang mampu mengelola uang dengan baik cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, mampu memenuhi kebutuhan secara seimbang, serta memiliki kesiapan dalam menghadapi risiko keuangan di masa depan. Sebaliknya, rendahnya kemampuan pengelolaan

keuangan dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran, meningkatkan risiko kesulitan finansial, serta mendorong munculnya perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Dari hasil pra riset di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pemahaman dasar mengenai perencanaan keuangan, namun masih terdapat sebagian responden yang belum memiliki kemampuan tersebut secara optimal. Sebabnya, sebagian besar responden sudah memahami pentingnya literasi keuangan, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran serta menyusun anggaran, sementara sebagian lainnya masih kurang pengetahuan dan belum terbiasa melakukan perencanaan keuangan.

Akibatnya, terjadi perbedaan tingkat kemampuan pengelolaan keuangan antar responden, di mana kelompok yang memiliki literasi keuangan lebih baik cenderung lebih terarah dalam mengatur keuangan, sedangkan kelompok dengan literasi rendah mengalami kesulitan dalam menyusun anggaran dan mengontrol pengeluaran. Dampaknya, responden yang memiliki pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, pengeluaran yang lebih terkontrol, serta mampu memenuhi kebutuhan secara seimbang. Sebaliknya, responden yang kurang memiliki literasi keuangan berpotensi mengalami ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran, kesulitan finansial, serta kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Literasi keuangan secara umum dipahami sebagai kombinasi pengetahuan, pemahaman, keterampilan, sikap, dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dalam kehidupan sehari-hari, termasuk kemampuan

merencanakan anggaran, mengelola pengeluaran, menabung, dan memahami berbagai instrumen keuangan (Maria Florensa et al., 2024).

Menurut (Pulungan, 2017) dampak positif dari tingkat literasi keuangan yang memadai antara lain kemampuan mahasiswa dalam membuat perencanaan anggaran bulanan, mengatur pengeluaran sesuai anggaran, serta menghindari pengeluaran impulsif yang tidak perlu, yang akhirnya berkontribusi pada kondisi keuangan yang lebih terkendali dan berkelanjutan. Penelitian juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan seperti pemilahan antara kebutuhan dan keinginan, serta peningkatan efisiensi penggunaan uang saku atau pendapatan (Elsa et al., 2024).

Literasi keuangan mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, serta kemampuan mengambil keputusan keuangan yang tepat. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung kurang mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga lebih rentan melakukan pembelian impulsif.

Menurut (Setiawan, 2013) ada beberapa penyebab utama rendahnya literasi keuangan pada mahasiswa atau masyarakat umum antara lain kurangnya pendidikan keuangan formal di sekolah dan kampus, minimnya pengalaman langsung dalam mengelola keuangan pribadi, serta terbatasnya informasi terpercaya tentang keuangan yang mudah diakses oleh generasi muda. Ketidakterpaparan terhadap pengetahuan dasar seperti budgeting atau pengaturan anggaran membuat sebagian mahasiswa belum memiliki keterampilan praktis dalam mengelola uang secara efektif.

Akibat dari literasi keuangan yang rendah mencakup ketidakmampuan merencanakan anggaran yang realistis, pengeluaran yang tidak terkontrol, dan kecenderungan melakukan pembelian impulsif atau keputusan finansial yang kurang bijak. Pada peneliti sebelumnya, menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman finansial di kalangan mahasiswa cenderung terkait dengan pola konsumtif dan kesulitan dalam menabung atau mempersiapkan dana darurat, yang pada gilirannya dapat menimbulkan tekanan finansial dan ketergantungan pada pinjaman atau sumber dana lainnya (Febriani & Irawansyah, 2025). Mahasiswa dengan pemahaman literasi keuangan yang kurang cenderung mengalami *spending* tidak terencana, kesulitan menabung atau mengelola dana darurat, pengambilan keputusan keuangan yang tidak tepat, serta masuk dalam rantai utang dan masalah finansial lainnya. Kondisi ini mencerminkan bahwa rendahnya pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan dapat menyebabkan mahasiswa menghadapi tekanan finansial dan pola keuangan yang merugikan secara pribadi maupun jangka panjang (Zidnaa Luthfa Hudaaka & Verbena Ayuningsih Purbasari, 2024).

Meskipun literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh besarnya pendapatan atau uang saku yang diterima setiap periode, khususnya bagi mahasiswa yang tinggal di kost. Uang saku merupakan sumber pendapatan utama mahasiswa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga perbedaan jumlah uang saku yang diterima berpotensi memengaruhi pola pengeluaran, perencanaan keuangan, serta kemampuan mahasiswa dalam menjaga kestabilan kondisi keuangannya. Dengan

demikian, pendapatan dalam bentuk uang saku menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam memahami perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, terutama dalam konteks keterbatasan sumber pendapatan yang dimiliki.

Pendapatan merupakan suatu tunjangan yang diterima oleh mahasiswa yang berasal dari keluarganya, setiap bulan atau setiap minggu, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa tersebut yang beragam. Pendapatan yang diterima mahasiswa dari orang tua pun juga dapat mempengaruhi bagaimana perilaku konsumsi mereka. Umumnya mahasiswa akan memanfaatkan uang saku mereka untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Biasanya semakin tinggi uang saku yang diterima para mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumsinya (Syamsidar, 2022).

Tabel 1. 3 Hasil Pra Riset Pendapatan

PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Uang saku yang saya terima setiap bulan sudah mencukupi kebutuhan saya	75,5%	0%	0%	24,2%	0%
Jika uang saku saya lebih besar, saya cenderung lebih sering berbelanja	66,7%	0%	0%	33,3%	0%

Berdasarkan hasil pra riset di atas, menunjukkan bahwa sebesar 75,5% responden memilih sangat setuju karena uang saku yang diterima dinilai telah sesuai dengan kebutuhan sehari-hari serta adanya kemampuan dalam mengatur pengeluaran. Sedangkan sebesar 24,2% responden memilih tidak setuju karena uang saku yang diterima belum mencukupi kebutuhan atau kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan. Akibatnya, terdapat perbedaan tingkat kecukupan pendapatan di antara responden. Dampaknya, responden yang setuju cenderung

memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil dan mampu memenuhi kebutuhan, sedangkan yang tidak setuju berpotensi mengalami keterbatasan finansial dan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan (Meyer & Sullivan, 2003) yang menemukan bahwa kesejahteraan ekonomi dan kemampuan memenuhi kebutuhan sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan yang dimiliki individu atau rumah tangga. Selain itu, tingkat kecukupan pendapatan yang diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik akan semakin memperkuat stabilitas finansial individu. Sebaliknya, keterbatasan pendapatan yang tidak diiringi dengan pengelolaan yang tepat dapat meningkatkan risiko ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran, sehingga individu lebih rentan mengalami kesulitan ekonomi dan tekanan finansial dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sedangkan sebesar 66,7% responden memilih sangat setuju karena adanya dorongan untuk meningkatkan konsumsi ketika pendapatan bertambah. Sedangkan sebesar 33,3% responden memilih tidak setuju karena mereka tetap mampu mengontrol pengeluaran meskipun memiliki uang saku yang lebih besar. Akibatnya, peningkatan pendapatan dapat memengaruhi pola konsumsi individu. Dampaknya, responden yang setuju cenderung meningkatkan frekuensi belanja sehingga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif, sementara yang tidak setuju cenderung lebih rasional dan mampu menjaga kestabilan keuangan meskipun pendapatan meningkat. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dalam penelitian (Asdiana et al., 2024) yang menjelaskan bahwa tanpa pengelolaan keuangan yang baik, individu terutama mahasiswa cenderung mengalami perilaku konsumtif akibat ketidakmampuan dalam mengontrol pengeluaran, meskipun memiliki

sumber daya keuangan yang cukup. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan pendapatan saja tidak menjamin terciptanya perilaku keuangan yang bijak, apabila tidak disertai dengan kemampuan dalam merencanakan, mengatur, dan memprioritaskan kebutuhan.

Selanjutnya, lemahnya pengelolaan keuangan dapat menyebabkan individu mudah terpengaruh oleh dorongan konsumsi, seperti keinginan sesaat, tren, maupun promosi, sehingga pengeluaran menjadi tidak terkendali. Akibatnya, individu berpotensi mengalami ketidakseimbangan finansial, di mana pengeluaran melebihi pemasukan, yang pada akhirnya dapat menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari.

Berdasarkan hasil pra riset di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat pendapatan (uang saku) dan kemampuan pengelolaan keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Sebagian besar responden yang merasa uang sakunya mencukupi menunjukkan bahwa kecukupan pendapatan disertai kemampuan mengatur pengeluaran menjadi sebab terciptanya kondisi keuangan yang stabil. Sebaliknya, responden yang merasa pendapatannya tidak mencukupi disebabkan oleh keterbatasan dana atau lemahnya pengelolaan keuangan, yang mengakibatkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dampaknya, terjadi perbedaan kondisi finansial antar individu, di mana sebagian mampu hidup stabil, sementara yang lain rentan mengalami tekanan ekonomi.

Selain itu, peningkatan pendapatan juga terbukti memengaruhi pola konsumsi. Sebagian responden yang setuju menunjukkan bahwa bertambahnya pendapatan menjadi sebab meningkatnya keinginan untuk berbelanja, sehingga mengakibatkan perubahan perilaku konsumsi menjadi lebih tinggi. Dampaknya, hal

ini berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan kontrol diri. Namun, bagi responden yang tidak setuju, kemampuan mengendalikan pengeluaran menjadi faktor penyebab tetap stabilnya perilaku keuangan, sehingga tidak terjadi peningkatan konsumsi yang berlebihan meskipun pendapatan meningkat.

Oleh karena itu, pendapatan yang tinggi tidak selalu menjamin perilaku keuangan yang baik, karena faktor pengelolaan keuangan dan kontrol diri menjadi penentu utama. Tanpa pengelolaan yang baik, peningkatan pendapatan justru dapat menyebabkan peningkatan konsumsi yang tidak terkendali, yang berdampak pada potensi ketidakseimbangan keuangan di masa depan.

Selain literasi keuangan dan pendapatan, kontrol diri menjadi faktor psikologis yang berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur dorongan, emosi, dan keinginan agar tidak bertindak secara berlebihan. Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan – pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Selain itu, kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengontrol dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian, mengubah perilaku sesuai dengan lingkungan sosial, menyenangkan orang lain dan menutupi perasaanya (Rahayuningsih, 2011).

Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik akan lebih mampu menahan dorongan untuk berbelanja meskipun dihadapkan pada berbagai promosi menarik dan tekanan sosial. Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah

cenderung lebih mudah terpengaruh oleh stimulus pemasaran dan melakukan pembelian impulsif.

Berdasarkan beberapa penelitian dan kasus yang telah dipaparkan diatas menunjukkan bahwa kontrol diri adalah hal yang sangat penting dimiliki oleh individu untuk dapat menahan godaan dan nafsu dari dalam diri. Kemampuan individu dalam menahan godaan dan nafsu dari dalam diri ini dapat membantu individu dalam melakukan tindakan bermoral yang sesuai dengan lingkungan sosial. Kontrol diri menyebabkan individu mampu menahan diri dari hawa nafsu sehingga dapat berperilaku sesuai dengan hati dan pikiran (Empati et al., 2018).

Tabel 1. 4 Hasil Pra Riset Kontrol Diri

PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak dibutuhkan	81,8%	0%	0%	18,2%	0%
Saya mampu mengendalikan keinginan belanja meskipun ada promo besar	81,8%	0%	0%	18,2%	0%

Berdasarkan hasil pra riset pada variabel kontrol diri, menunjukkan bahwa sebesar 81,8% responden memilih setuju karena memiliki kesadaran dalam membedakan kebutuhan dan keinginan serta mampu mengendalikan dorongan konsumsi. Sedangkan sebesar 18,2% responden memilih tidak setuju karena masih sulit menahan keinginan, terutama ketika dihadapkan pada godaan seperti promo atau diskon. Sebabnya, responden yang setuju umumnya memiliki kontrol diri dan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan konsumsi, sementara yang tidak setuju cenderung dipengaruhi oleh faktor emosional dan situasional. Akibatnya, terdapat perbedaan tingkat kemampuan dalam mengendalikan perilaku

konsumtif di antara responden. Dampaknya, responden yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih bijak dalam berbelanja, mampu menjaga kestabilan keuangan, serta terhindar dari perilaku konsumtif. Sebaliknya, responden dengan kontrol diri yang rendah berpotensi melakukan pembelian impulsif, sehingga pengeluaran menjadi tidak terkendali dan dapat menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari

Hal ini sejalan dengan penelitian Baumeister (Baumeister, 2002) yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur dorongan dan keinginan, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi, sehingga individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu menghindari pembelian yang tidak diperlukan. Selain itu, kontrol diri juga berperan dalam membantu individu mempertimbangkan prioritas kebutuhan serta konsekuensi jangka panjang dari setiap keputusan yang diambil, sehingga perilaku konsumsi menjadi lebih rasional dan terarah. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri dapat membuat individu lebih mudah tergoda oleh keinginan sesaat dan melakukan pembelian impulsif.

Selanjutnya, sebesar 81,8% responden memilih setuju karena memiliki kemampuan dalam mengontrol diri serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan meskipun terdapat godaan berupa diskon atau promosi. Sedangkan sebesar 18,2% responden memilih tidak setuju karena masih mudah tergoda oleh promo, sehingga sulit menahan keinginan untuk berbelanja. Akibatnya, terdapat perbedaan tingkat kontrol diri dalam menghadapi rangsangan konsumsi di antara responden. Dampaknya, responden yang setuju cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian dan mampu menjaga kestabilan keuangan,

sedangkan responden yang tidak setuju berpotensi melakukan pembelian impulsif akibat pengaruh promosi, sehingga pengeluaran menjadi kurang terkendali.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Beatty & Ferrell, 1998) yang menyatakan bahwa pembelian impulsif dipengaruhi oleh dorongan situasional seperti promosi, diskon, maupun rangsangan lingkungan lainnya, namun tetap dapat dikendalikan melalui kemampuan individu dalam mengontrol diri. Kemampuan kontrol diri tersebut memungkinkan individu untuk menahan keinginan sesaat, mempertimbangkan kebutuhan secara lebih rasional, serta menghindari keputusan pembelian yang tidak direncanakan. Dengan demikian, meskipun terdapat berbagai stimulus eksternal yang mendorong konsumsi, individu dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih mampu menjaga perilaku keuangan agar tetap terarah dan tidak berlebihan.

Oleh karena itu, dari hasil pra riset tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki tingkat kontrol diri yang baik dalam mengelola perilaku konsumsi, terutama dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menahan dorongan pembelian meskipun terdapat pengaruh promosi atau diskon. Sebabnya, responden yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung didasari oleh pertimbangan rasional dan kesadaran dalam pengelolaan keuangan, sedangkan responden dengan kontrol diri rendah lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dan situasional. Akibatnya, terdapat perbedaan kemampuan dalam mengendalikan perilaku konsumtif di antara responden, di mana sebagian mampu mengontrol diri dengan baik, sementara sebagian lainnya masih mudah tergoda oleh rangsangan konsumsi.

Dampaknya, responden dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian, mampu menjaga kestabilan keuangan, serta terhindar dari perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Sebaliknya, responden dengan kontrol diri yang rendah berpotensi mengalami pengeluaran yang tidak terkendali akibat pembelian impulsif, yang pada akhirnya dapat menimbulkan masalah keuangan di masa mendatang.

Perbedaan tingkat literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri antar mahasiswa menyebabkan variasi dalam perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup atau keinginan dan kepuasan semata daripada kebutuhan (Dr. Hj. Naning, 2022).

Menurut pra-survey yang saya buat dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif impulsif masih menjadi permasalahan yang nyata di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya dalam aktivitas belanja melalui platform TikTok Shop. Kemudahan transaksi, intensitas promosi digital, serta pengaruh tren dan konten visual yang persuasif mendorong mahasiswa melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, sehingga berpotensi menimbulkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan mengganggu kestabilan keuangan pribadi.

Perilaku konsumtif tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya literasi keuangan dan pendapatan. Literasi keuangan berperan dalam membentuk kemampuan mahasiswa mengelola keuangan, menyusun anggaran, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sedangkan pendapatan atau uang saku memengaruhi intensitas dan pola konsumsi mahasiswa. Namun demikian, literasi keuangan dan pendapatan yang memadai belum tentu mampu menekan

perilaku konsumtif impulsif apabila tidak disertai dengan kemampuan kontrol diri yang baik.

Kontrol diri menjadi faktor penting yang berperan dalam mengendalikan dorongan emosional dan keinginan berbelanja, terutama di tengah maraknya stimulus konsumsi digital seperti promo, diskon, dan tren. Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi, sedangkan lemahnya kontrol diri dapat memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif impulsif meskipun individu memiliki literasi keuangan dan pendapatan yang relatif baik. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa dengan kontrol diri sebagai variabel intervening.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, terutama pada generasi muda dan pengguna platform e-commerce berbasis media sosial seperti TikTok Shop. Perilaku konsumtif sering diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional dan terkadang di luar kemampuan finansialnya, yang sering dipicu oleh intensitas belanja impulsif dan ketidakteraturan pengendalian diri (Haq et al., 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk kebiasaan konsumsi individu. Beberapa peneliti menyatakan literasi keuangan dapat membantu mahasiswa mengelola uang dengan lebih bijaksana sehingga menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif, sedangkan penelitian lain menemukan tidak semua mahasiswa menerapkan pengetahuan keuangan dalam praktik konsumsi mereka (Soma Ramadhan et al.,

2025). Selain itu, pendapatan atau uang saku juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena semakin tinggi pendapatan yang tersedia, semakin besar kemungkinan perilaku konsumtif meningkat tanpa pengendalian yang matang (Octaviani & Yuniningsih, 2024).

TikTok Shop sebagai platform belanja yang sangat digemari oleh generasi muda turut mempercepat dinamika perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja seperti TikTok Shop memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna, terutama di kalangan mahasiswa, karena kemudahan akses, promosi agresif, dan desain konten yang memancing impuls beli (Qurotulaini et al., 2024). Selain itu, kontrol diri sering dianggap sebagai faktor psikologis penting yang dapat menahan individu dari tindakan konsumtif yang impulsif. Mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan godaan pembelian impulsif meskipun memiliki literasi keuangan maupun pendapatan yang tinggi, sementara mereka dengan kontrol diri yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan (Soma Ramadhan et al., 2025).

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggabungan variabel literasi keuangan dan pendapatan dengan menempatkan kontrol diri sebagai variabel intervening dalam menganalisis perilaku konsumtif impulsif mahasiswa, sehingga mampu menjelaskan hubungan tidak langsung melalui aspek psikologis individu. Selain itu, penelitian ini secara khusus mengkaji perilaku konsumsi dalam konteks social commerce TikTok Shop yang memiliki karakteristik unik berupa integrasi hiburan, interaksi sosial, dan transaksi digital melalui fitur video, *live streaming*, serta promosi interaktif, yang belum banyak diteliti dibandingkan *e-commerce*

konvensional. Penelitian ini juga memberikan kontribusi kontekstual dengan mengambil objek mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sehingga mampu menggambarkan kondisi empiris terkini. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan faktor ekonomi, kognitif, dan psikologis dalam satu model untuk memahami perilaku konsumtif impulsif di era digital.

Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya karena terletak pada pendekatan dan ruang lingkup analisis yang digunakan. Penelitian ini tidak hanya mengkaji pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif, tetapi juga memasukkan kontrol diri sebagai variabel intervening yang menjelaskan mekanisme hubungan antar variabel, sementara sebagian besar penelitian terdahulu cenderung menganalisis pengaruh secara langsung tanpa melibatkan variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini berfokus pada konteks *social commerce* TikTok Shop, yang memiliki karakteristik berbeda dari *e-commerce* konvensional karena menggabungkan unsur hiburan, interaksi sosial, dan promosi digital yang lebih persuasif. Perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian, yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sehingga memberikan gambaran empiris yang lebih spesifik dan aktual sesuai dengan kondisi lapangan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih komprehensif melalui integrasi faktor ekonomi, kognitif, dan psikologis dalam menjelaskan perilaku konsumtif impulsif mahasiswa.

Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya untuk memahami dan menjelaskan fenomena meningkatnya perilaku konsumtif impulsif di kalangan mahasiswa, khususnya dalam penggunaan platform *social commerce* seperti

TikTok Shop yang semakin berkembang. Penelitian ini menjadi penting karena perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat berdampak pada ketidakseimbangan keuangan, rendahnya kemampuan menabung, serta potensi masalah finansial di masa depan. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi peran literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi, sehingga dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi edukasi keuangan yang lebih efektif bagi mahasiswa. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan, serta menjadi referensi bagi institusi pendidikan dan pihak terkait dalam merancang program peningkatan literasi keuangan dan penguatan kontrol diri di era digital.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan diatas ada identifikasi masalah yang dihadapi mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2022 sebagai berikut :

1. Masih terdapat mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang belum optimal, sehingga belum sepenuhnya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam berbelanja di TikTok Shop.
2. Tingkat pendapatan atau uang saku yang diterima mahasiswa memengaruhi

intensitas dan pola konsumsi, dimana peningkatan uang saku cenderung mendorong perilaku konsumtif impulsif.

3. Sebagian mahasiswa memiliki tingkat kontrol diri yang belum memadai, sehingga mudah terpengaruh oleh promosi, diskon, tren, dan fitur *live shopping* di TikTok Shop.
4. Perilaku konsumtif impulsif masih ditemukan di kalangan mahasiswa, yang ditandai dengan pembelian spontan tanpa perencanaan dan pertimbangan rasional.
5. Adanya perbedaan tingkat literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri antar mahasiswa menyebabkan variasi perilaku konsumtif impulsif, sehingga perlu dikaji peran kontrol diri sebagai variabel intervening.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dalam melakukan pembelian melalui platform TikTok Shop. Namun, dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pembahasan pada literasi keuangan dan pendapatan sebagai variabel independen, serta kontrol diri sebagai variabel intervening yang memengaruhi perilaku konsumtif impulsif. Selain itu, objek penelitian dibatasi hanya pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya mahasiswa angkatan 2022 yang tidak tinggal bersama orang tua (kost). Dengan adanya batasan masalah ini, peneliti diharapkan dapat lebih fokus dalam menganalisis pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa dengan kontrol diri sebagai variabel intervening.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
3. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
5. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap kontrol diri mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
6. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
7. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap

perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam berbelanja melalui TikTok Shop.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam berbelanja melalui TikTok Shop.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kontrol diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap kontrol diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis peran kontrol diri dalam memediasi pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif impulsif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya yang berkaitan dengan literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa dalam penggunaan platform *e-commerce* berbasis *social commerce* seperti TikTok Shop. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya referensi dan menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama mengenai peran kontrol diri sebagai variabel intervening dalam perilaku konsumsi mahasiswa.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman teoritis mengenai bagaimana literasi keuangan dan pendapatan memengaruhi perilaku konsumtif impulsif, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kontrol diri, khususnya pada kalangan mahasiswa.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi dalam mengelola keuangan secara lebih bijak, meningkatkan kontrol diri, serta menekan perilaku konsumtif impulsif dalam berbelanja di TikTok Shop.

Bagi pihak universitas, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang program edukasi, sosialisasi, atau pelatihan terkait literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi bagi mahasiswa.

Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan dan kontrol diri dalam menghadapi perkembangan platform belanja digital agar terhindar dari perilaku konsumtif impulsif yang berlebihan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen merupakan grand teori yang digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif dalam penelitian ini. TPB menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Dalam konteks perilaku konsumtif, teori ini menjelaskan bahwa keputusan individu dalam melakukan pembelian, termasuk pembelian impulsif di platform digital seperti TikTok Shop, dipengaruhi oleh bagaimana individu menilai perilaku tersebut, tekanan sosial yang dirasakan, serta kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya (Izek, 1991).

Literasi keuangan dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* berperan dalam membentuk sikap individu terhadap perilaku konsumsi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, sehingga lebih rasional dalam mengambil keputusan konsumsi dan mampu menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan (Gunawan, 2023). Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu kurang mampu mempertimbangkan konsekuensi finansial dari tindakan konsumsi, sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif (Nurhayani et al., 2023).

Selain itu, pendapatan dalam kerangka TPB berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan untuk

melakukan suatu perilaku. Tingkat pendapatan yang lebih tinggi memberikan kemampuan finansial yang lebih besar kepada individu untuk melakukan konsumsi, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Namun demikian, pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif tidak bersifat langsung, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain seperti kemampuan pengendalian diri dalam mengelola keuangan (Zahra & Anoraga, 2021).

Kontrol diri dalam penelitian ini berperan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif. Dalam *Theory of Planned Behavior*, kontrol diri merupakan bagian dari *perceived behavioral control* yang mencerminkan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan atau keinginan untuk melakukan konsumsi yang tidak rasional. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu menahan keinginan untuk melakukan pembelian impulsif, meskipun memiliki pendapatan yang tinggi atau terpapar berbagai stimulus promosi di platform digital. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri dapat memperkuat pengaruh literasi keuangan yang rendah dan pendapatan terhadap meningkatnya perilaku konsumtif (Ananda et al., 2024).

Dalam konteks penggunaan TikTok Shop, kemudahan akses, promosi yang menarik, serta pengaruh tren sosial dapat memperkuat niat individu untuk melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti literasi keuangan dan kontrol diri, tetapi juga oleh faktor eksternal berupa lingkungan digital. Oleh karena itu, *Theory of Planned Behavior* menjadi kerangka teoritis yang komprehensif dalam menjelaskan bagaimana interaksi antara faktor kognitif, ekonomi, dan psikologis membentuk perilaku konsumtif mahasiswa dalam era digital saat ini.

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan yang tidak didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan didorong oleh keinginan, prestise, dan kepuasan sesaat. Pada kalangan mahasiswa, perilaku konsumtif sering muncul seiring dengan perkembangan budaya modern dan gaya hidup yang menekankan pada penampilan serta pengakuan sosial. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif, memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan, serta kurang mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari pengeluaran yang dilakukan (Gunawan & Febri Andani, 2022).

Pemanfaatan teknologi yang sangat maju memberikan kemudahan dalam segala sesuatu. Adapun kemudahan yang dirasakan bagi mahasiswa saat ini, dimana sekarang berbelanja tidak perlu bertemu secara langsung dalam suatu tempat melainkan sekarang sudah bisa dilakukan secara online. Pada kenyataannya karena adanya kemudahan yang diberikan, belanja online telah menjadi kebiasaan sebagian orang, dan banyak orang percaya bahwa belanja online merupakan sarana untuk mencari apa yang mereka butuhkan. Keputusan setiap konsumen untuk membeli suatu produk menjadi kajian khusus bagi setiap perusahaan sebelum memasarkan produknya (Amanah, 2018).

Tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional atau yang diistilahkan dengan (perilaku konsumtif) adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata (Gumulya & Widiastuti, 2012).

Biasanya mahasiswa melakukan belanja online tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi untuk kesenangan dan gaya hidup yang menyebabkan seseorang menjadi boros atau biasa disebut perilaku konsumtif atau konsumerisme (C. A. Sari, 2011). Menurut (Rohmah et al., 2024) definisi dari perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian tanpa pertimbangan yang kuat dan mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan. Keinginan melakukan pembelian produk secara berlebihan menjadi awal munculnya perilaku konsumtif. Jika perilaku konsumtif terus dilakukan tanpa berpikir panjang, maka akan mengakibatkan tindakan boros, artinya individu tidak dapat membedakan mana yang benar benar dibutuhkan serta mana yang hanya menjadi keinginan. Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang saat ini banyak terjadi, meskipun tidak semua mahasiswa berperilaku konsumtif, tetapi sebagian dari mahasiswa mereka melakukan perilaku konsumtif dimana mereka membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu di butuhkan atau selain mengutamakan kebutuhan pangan, papan dan sandang.

2.1.1.2 Tujuan Perilaku Konsumtif

Menurut Farm (2012) perilaku konsumtif memiliki tujuan untuk menunjukkan status sosial, atribut gaya hidup, dan citra diri di hadapan lingkungan sosial. Orang yang berperilaku konsumtif sering melihat konsumsi barang sebagai simbol status atau identitas yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Konsep seperti *conspicuous consumption* yang dikemukakan oleh sosiolog klasik menjelaskan bahwa konsumsi yang berlebihan bisa digunakan sebagai simbol kekuatan ekonomi atau kelas sosial tertentu.

Selain itu, perilaku konsumtif seringkali dipicu oleh dorongan untuk memenuhi kepuasan atas keinginan pribadi yang terus meningkat, bukan sekadar

kebutuhan dasar. Hal ini menunjukkan bahwa individu melakukan pembelian bukan karena kebutuhan rasional, tetapi untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi melalui kepemilikan barang dan jasa tertentu. Sebagaimana dijelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal seseorang (Kasmiasi, 2021).

Beberapa penelitian empiris mengidentifikasi tujuan perilaku konsumtif terkait dengan pengaruh lingkungan sosial dan media, di mana individu termotivasi membeli barang yang dipengaruhi oleh tren, teman sebaya, atau konten media sosial yang mereka konsumsi. Sebagai contoh, konten media sosial dapat mendorong munculnya keinginan konsumtif yang kuat karena menampilkan gaya hidup tertentu yang diidealkan (Hummaira & Arviani, 2024)

2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sehingga individu memiliki keinginan dalam mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan, diantaranya seperti yang dijelaskan oleh (Novi Setyawati, 2010) perilaku seseorang tidak lepas dari faktor- faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal.

1. Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen

2. Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi

Menurut (Harita et al., 2022), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu :

1. Gaya hidup
2. Penggunaan media sosial
3. Pengaruh teman sebaya
4. Dorongan psikologis individu yang mendorong keputusan konsumsi tidak berdasarkan kebutuhan rasional

Menurut (Lutfiah et al., 2022) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua faktor, yaitu faktor eksternal dan internal :

1. Faktor Eksternal
 1. Kebudayaan: kebiasaan membeli pakaian baru saat perayaan keagamaan merupakan contoh bagaimana tradisi keluarga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang dalam berbelanja.
 2. Kelas Sosial: perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada kalangan ekonomi atas, tetapi juga dapat ditemui pada keluarga dengan ekonomi sederhana yang memiliki kecenderungan berbelanja berlebihan.
 3. Kelompok Referensi: lingkungan pertemanan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif, misalnya ketika teman-teman mengajak berbelanja atau menghabiskan waktu di tempat-tempat mahal.
 4. Keluarga: sikap keluarga, baik berupa dukungan maupun larangan, sangat mempengaruhi pembentukan kebiasaan konsumtif seseorang.

2. Faktor Internal

1. Motivasi: setiap individu memiliki dorongan internal yang kuat untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya, yang dapat memicu perilaku konsumtif.
2. Kepribadian: karakter personal seseorang, seperti kegemaran berbelanja dan sifat impulsif, berkontribusi besar terhadap pola konsumsi mereka.
3. Konsep Diri: cara seseorang memandang dirinya sendiri mempengaruhi keputusan pembelian, contohnya keinginan untuk terlihat bergaya dengan menggunakan produk bermerek.
4. Proses Belajar: pengalaman masa lalu dalam berbelanja, termasuk pengalaman yang kurang menyenangkan, membentuk pola konsumsi seseorang di masa mendatang.
5. Gaya Hidup: kebiasaan mengikuti tren dan membeli barang-barang yang sedang populer mencerminkan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

2.1.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut (A. Noorah Mujahidah, 2020), perilaku konsumtif dapat diukur melalui beberapa indikator perilaku konsumen dalam konteks membeli barang/jasa yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan nyata.

Berikut indikator perilaku konsumtif :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu produk hanya karena ada tawaran hadiah, diskon, atau promosi meskipun barang yang dibeli bukanlah kebutuhan pokok. Hal ini mencirikan pembelian yang didorong oleh stimulus eksternal bukan kebutuhan

internal (A. Nooriah Mujahidah, 2020).

2. Membeli produk karena kemasan menarik

Pembelian dilakukan semata-mata karena kemasan barang yang tampilannya menarik, bukan karena manfaat atau fungsi barang tersebut. Ini menunjukkan respons terhadap elemen estetis promosi (Dhukha Zuhriyah, 2018).

3. Membeli demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen cenderung membeli barang untuk meningkatkan citra diri atau status sosial (misalnya barang bermerek), meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan dasar (Dhukha Zuhriyah, 2018).

4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga bukan manfaat

Pilihan pembelian didasarkan pada harga atau persepsi “mewah” dari harga tersebut, bukan oleh analisis manfaat/kegunaan barang (Dhukha Zuhriyah, 2018).

5. Membeli produk sebagai simbol status

Konsumen membeli barang tertentu untuk menunjukkan prestise atau kelas sosial kepada lingkungan, yang menggambarkan konsumsi berorientasi simbolik (A. Nooriah Mujahidah, 2020).

6. Mencoba dan membeli lebih dari dua produk sejenis

Tindakan membeli beberapa varian produk sejenis tanpa prioritas kebutuhan yang jelas menunjukkan perilaku konsumtif yang tidak efisien secara ekonomi (A. Nooriah Mujahidah, 2020).

Adapun menurut (Nainggolan, 2022) terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur atau mengidentifikasi perilaku konsumtif seseorang dalam konteks perilaku konsumen.

1. Membeli karena Trend
2. Membeli karena Kemasan Menarik
3. Membeli karena Diskon atau Hadiah
4. Membeli demi Status Sosial
5. Konformitas terhadap Model atau Iklan
6. Rasa Percaya Diri karena Pembelian
7. Pembelian Berulang atau Banyak Barang Sejenis

Menurut (Susiloadi & Renanita, 2023) yang dikutip dalam studi perilaku konsumtif, indikator perilaku konsumtif (*compulsive buying behaviour*) mencakup:

1. Penggunaan uang (*use of money*) — bagaimana seseorang menggunakan uangnya dalam membeli barang/jasa.
2. Kebiasaan belanja (*shopping habits*) — pola dan frekuensi perilaku berbelanja.
3. Perasaan saat berbelanja (*feelings when shopping*) — aspek emosional atau perasaan ketika melakukan pembelian.
4. Metode pembayaran (*payment methods*) — cara pembayaran yang digunakan dan hubungannya dengan perilaku konsumtif.

2.1.2 Literasi Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi adalah proses pembelajaran menyeluruh yang meliputi kemampuan mengidentifikasi, memahami informasi, berkomunikasi, dan menghitung dengan menggunakan materi cetak dan tertulis dalam berbagai konteks (Lestari et al., 2022).

Literasi keuangan juga dianggap sebagai kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Gunawan & Arif, 2021). Kurangnya literasi

keuangan sering kali membuat seseorang terjebak dalam keputusan finansial yang salah, seperti penggunaan pinjaman konsumtif, kegagalan dalam menabung, hingga menjadi korban investasi ilegal. Sebaliknya, literasi keuangan yang baik menjadi landasan bagi individu untuk menjaga stabilitas keuangan, mandiri secara finansial, dan menyiapkan kesejahteraan jangka panjang.

Tujuan dari literasi keuangan ini adalah agar pendapatan yang diperoleh tidak hanya dihabiskan untuk hal-hal yang bersifat konsumtif saja, melainkan dapat dialokasikan pada investasi yang lebih produktif dan memberikan manfaat yang lebih besar di masa yang akan datang (Julita, 2023).

Literasi adalah kemampuan berbahasa yang dimiliki individu untuk berkomunikasi melalui membaca, berbicara, menyimak, dan menulis sesuai tujuan. Literasi juga mencakup kemampuan melek aksara, membaca, menulis, serta memahami ide secara visual. Sedangkan, keuangan adalah ilmu yang mempelajari cara individu, kelompok, atau organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter secara optimal, serta menghitung risiko dalam mengelola bisnis (Choerudin et al., 2023).

Literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan dan kehidupan saling terkait karena menjadi dasar dalam pengambilan keputusan individu terkait pengelolaan keuangannya. Tingkat literasi keuangan yang baik akan membantu seseorang membuat keputusan yang tepat dalam perencanaan keuangannya, sedangkan literasi yang rendah dapat mengakibatkan keputusan keuangan yang kurang bijaksana (Landang et al., 2021).

Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Pengelolaan keuangan keluarga berdasarkan pada status sosial ekonomi orang tua meliputi tingkat pendidikan orang tua, jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, jabatan sosial orang tua dan uang saku mahasiswa (Gunawan ade et al., 2020)

Literasi keuangan adalah kemampuan mengelola keuangan secara bijak, merencanakan masa depan, dan merespons peristiwa ekonomi yang memengaruhi keputusan finansial harian. Dengan literasi keuangan, seseorang dapat memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuan finansialnya, meningkatkan kualitas pelayanan keuangan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan negara (Yushita, 2017).

(Gunawan et al., 2021) juga menjelaskan bahwa individu dapat saja menunjukkan perilaku keuangan yang tampak baik, namun belum tentu didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebiasaan atau pengalaman dapat membentuk perilaku keuangan, tetapi tanpa pemahaman yang kuat, individu berpotensi menghadapi risiko keuangan di masa depan. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan sebagai fondasi penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat, berkelanjutan, dan bertanggung jawab, khususnya dalam mengelola pendapatan atau uang saku mahasiswa.

Kesimpulan dari penjelasan diatas, Literasi keuangan adalah kemampuan memahami dan mengelola keuangan untuk membuat keputusan finansial yang bijak, mendukung perencanaan masa depan, dan beradaptasi dengan perubahan ekonomi.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Dari Literasi Keuangan

Literasi keuangan bertujuan untuk mendidik individu agar memiliki kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat dan bertanggung jawab, sehingga keputusan terkait pengelolaan pendapatan, pengeluaran, serta perencanaan keuangan dilakukan secara efektif dan efisien sesuai kebutuhan masing-masing individu. Tujuan ini mencakup peningkatan kapasitas individu untuk memahami konsep dasar keuangan yang kemudian mendorong pembentukan pola pikir bijak dalam pengelolaan uang pribadi serta pencegahan terhadap pengambilan keputusan finansial yang merugikan (Kartini et al., 2022). Selain itu, literasi keuangan juga bertujuan meningkatkan kemampuan perencanaan keuangan jangka panjang, sehingga individu dapat menyusun strategi untuk mencapai tujuan finansial pribadi seperti menabung, mengatur anggaran, dan mengantisipasi pengeluaran tak terduga. Dengan demikian, literasi finansial tidak hanya membantu pemahaman dasar terhadap uang, tetapi juga membangun dasar pengambilan keputusan keuangan yang matang (Thaha, 2022).

Ada beberapa tujuan literasi keuangan menurut (Armawan et al., 2024) sebagai berikut :

1. Mencatat pengeluaran
2. Anggaran yang terencana
3. Keputusan yang lebih baik dalam hal mengelola keuangan dan jangka panjang
4. Membantu orang mengidentifikasi keputusan keuangan yang berisiko

Manfaat literasi keuangan terlihat dalam peningkatan stabilitas dan kesejahteraan finansial individu, di mana pemahaman yang baik terhadap konsep

pengelolaan uang membantu individu dalam mengidentifikasi masalah utang, mengatur anggaran, serta menghindari risiko kegagalan finansial yang dapat berdampak negatif pada kehidupan ekonominya. Hal ini berarti individu yang memiliki literasi keuangan lebih baik dapat menempatkan prioritas pengeluaran dengan lebih bijak dan mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif yang tidak terencana (Dwitri et al., 2025). Selanjutnya, literasi keuangan bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan perencanaan dan pengambilan keputusan finansial yang lebih informasional, seperti kemampuan merencanakan tabungan, memahami instrumen investasi, hingga persiapan finansial jangka panjang seperti pensiun atau masa depan keluarga. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya memperbaiki pengelolaan keuangan pribadi, tetapi juga menumbuhkan kesiapan menghadapi tantangan finansial di masa depan (Kartini et al., 2022).

Ada beberapa manfaat literasi keuangan menurut (Armawan et al., 2024) sebagai berikut :

1. Untuk mengurangi jumlah uang dan masalah keuangan yang dihadapi banyak orang
2. Mengidentifikasi utang yang membebani
3. Meningkatkan semua aspek kualitas hidup merek

2.1.2.3 Faktor Literasi Keuangan

Faktor yang memengaruhi literasi keuangan dapat dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal (Rahman & Arsyianti, 2021).

1. Faktor internal

Faktor yang berasal dari dalam diri individu, seperti tingkat pendidikan, pengetahuan keuangan, dan pengalaman pribadi dalam mengelola keuangan.

Pendidikan formal berperan penting karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar pula peluang individu tersebut memahami konsep keuangan dasar, seperti penganggaran, tabungan, dan pengelolaan utang (Lusardi & Mitchell, 2014).

2. Faktor eksternal

Faktor yang berasal dari lingkungan di luar individu, antara lain lingkungan keluarga, lingkungan sosial, serta akses terhadap informasi keuangan. Lingkungan keluarga memiliki peran penting karena pola pengelolaan keuangan orang tua dapat menjadi contoh dan membentuk kebiasaan finansial individu sejak dini. Selain itu, lingkungan sosial dan kemudahan akses terhadap informasi keuangan, baik melalui media massa maupun media digital, turut memengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang, karena informasi yang memadai dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran individu dalam mengelola keuangan secara bijak (Amadiyah & Ismanto, 2020)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan (Margaretha & Pambudhi, 2015) yaitu:

1. Usia

Bertambahnya usia sejalan dengan meningkatnya pengalaman dan kedewasaan dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahasiswa yang lebih dewasa cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan dan memiliki pemahaman yang lebih baik terkait konsekuensi dari keputusan keuangan yang diambil. Dengan demikian, usia berperan dalam membentuk sikap dan pengetahuan keuangan mahasiswa.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa. Semakin tinggi jenjang pendidikan yang ditempuh, maka semakin besar peluang mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep-konsep keuangan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kemampuan berpikir analitis dan rasional dalam menerima serta mengolah informasi, termasuk informasi keuangan. Mahasiswa dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih memahami pengelolaan keuangan pribadi, perencanaan keuangan, serta risiko dalam pengambilan keputusan keuangan.

3. Pengalaman Keuangan

Pengalaman dalam mengelola uang saku, memiliki tabungan, menggunakan produk keuangan, atau melakukan transaksi keuangan secara mandiri dapat meningkatkan pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan. Margaretha & Pambudhi, (2015) menekankan bahwa mahasiswa yang memiliki pengalaman keuangan lebih banyak cenderung memiliki literasi keuangan yang lebih baik, karena terbiasa menghadapi dan menyelesaikan permasalahan keuangan secara langsung.

Sementara itu (Yushita, 2017) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Tingkat Pendidikan

Pendidikan memberikan dasar pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep keuangan, baik melalui pendidikan formal di bangku sekolah maupun pendidikan nonformal. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin baik kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan

pribadi.

2. Lingkungan Keluarga

Orang tua berperan sebagai agen sosialisasi keuangan pertama yang mengajarkan kebiasaan menabung, mengatur uang, dan membedakan kebutuhan serta keinginan. Pola pendidikan keuangan dalam keluarga akan memengaruhi sikap dan perilaku keuangan anak di masa dewasa.

3. Pengalaman Keuangan

Pengalaman dalam mengelola uang saku, menabung, menggunakan layanan keuangan, maupun melakukan transaksi keuangan membantu individu memahami konsekuensi dari setiap keputusan keuangan yang diambil. Semakin banyak pengalaman keuangan yang dimiliki, maka semakin baik tingkat literasi keuangannya.

2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan

Untuk mengetahui tingkat literasi keuangan seseorang, dapat digunakan berbagai tolak ukur atau indikator pengetahuan, menurut Chen dan Volpe (1998) yang dikutip oleh (Sustiyo, 2020) literasi keuangan dibagi menjadi empat indikator, yaitu sebagai berikut :

1. Pengetahuan umum keuangan

Terkait dengan pemahaman seseorang tentang pengelolaan pendapatan dan pengeluaran yang meliputi perhitungan bunga, inflasi, biaya, nilai uang, asset, likuiditas, dan lain-lain.

2. Tabungan

Tabungan merupakan pendapatan atau pemasukan yang tidak habis sampai dikonsumsi pada periode tertentu.

3. Asuransi

Asuransi merupakan suatu jaminan pengamanan untuk memitigasi risiko keuangan akibat ketidakpastian di masa depan.

4. Investasi

Investasi adalah sumber daya tertentu yang ditanamkan dengan tujuan mendapatkan keuntungan di masa depan.

Menurut Assauri (2011) yang dikutip oleh (Sustiyo, 2020) digunakan untuk mengukur indikator literasi keuangan adalah :

1. Keinginan konsumen untuk memiliki penampilan yang berbeda dari orang lain,
2. Rasa bangga karena memiliki sesuatu,
3. Tren tertentu, dan
4. Keinginan menarik perhatian dari orang lain.

Adapun menurut (Remund, 2010) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan juga terdapat beberapa indikator, yaitu sebagai berikut :

1. Pemahaman konsep keuangan
2. Kemampuan mengelola keuangan pribadi
3. Kemampuan mengambil keputusan keuangan
4. Kepercayaan diri dalam perencanaan keuangan masa depan.

Indikator-indikator tersebut menekankan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan, tetapi juga dengan kemampuan praktis dalam mengaplikasikan pengetahuan tersebut ke dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari.

2.1.3 Pendapatan

2.1.3.1 Pengertian Pendapatan

Mahasiswa kos sama halnya dengan mahasiswa pada umumnya, tergolong bukan angkatan kerja karena mahasiswa termasuk pelajar yang tidak mencari kerja (pengangguran) ataupun sedang bekerja melainkan mereka kuliah dan menerima pendapatan, sehingga mahasiswa tidak memiliki pendapatan permanen sendiri, (Flinsia & Daisy, 2014).

Menurut Muana (2005) yang dikutip oleh (Khusnul & Usep, 2019) menyatakan bahwa penghasilan seseorang merupakan faktor utama yang menentukan pola konsumsi, hal senada juga disampaikan Kadariah (2002) yang dikutip oleh (Khusnul & Usep, 2019) bahwasanya pendapatan dan kekayaan merupakan faktor penentu utama dalam konsumsi.

Menurut Sari (2019) yang dikutip oleh (Restu & Nur Endah, 2025), pendapatan merupakan dana yang diberikan orang tua atau keluarga untuk memenuhi kebutuhan seperti makan, buku, pakaian, dan kebutuhan hidup lainnya. Uang saku diduga berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, sebagaimana penelitian Desfria (2023) yang dikutip oleh (Restu & Nur Endah, 2025) yang menemukan bahwa uang saku dan gaya hidup berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan, meskipun mahasiswa dengan uang saku lebih tinggi cenderung mampu melakukan perencanaan, menabung, hingga berinvestasi.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas maka penulis menyimpulkan pendapatan yang dimiliki mahasiswa, khususnya mahasiswa kos, bersifat tidak tetap dan terbatas, karena umumnya berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua atau keluarga. Kondisi tersebut menuntut mahasiswa untuk memiliki

kemampuan dalam mengelola pendapatan secara bijak agar dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Mahasiswa dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki peluang lebih besar untuk melakukan konsumsi, termasuk konsumsi yang bersifat impulsif, apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan kontrol diri yang baik. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan terbatas akan lebih berhati-hati dalam membelanjakan uangnya.

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut (Praditha et al., 2022) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan (uang saku) pada mahasiswa, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengajarkan anak dalam mengelola uang. Dengan diberikannya uang saku, anak akan belajar untuk dapat mengelola uang. Anak harus dapat mengatur untuk apa saja uang saku yang telah diberikan orang tua.
2. Mengajarkan anak untuk dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dan keinginan memiliki perbedaan yang sangat jelas. Kebutuhan adalah sesuatu yang kita butuhkan, sedangkan keinginan adalah sesuatu yang kita inginkan. Kebutuhan lebih penting daripada keinginan. Dengan diberikannya uang saku, maka anak dapat berlatih untuk memilih apa yang anak butuhkan, misalnya buku dan alat tulis.
3. Memupuk rasa tanggung jawab pada anak. Rasa tanggung jawab ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Untuk itu harus dilatih dari semenjak masih anak-anak. Dengan diberikan uang saku, anak akan belajar untuk bertanggung jawab atas semua keputusan yang diambilnya dalam penggunaan uang saku.
4. Orang tua merasa khawatir anaknya akan memerlukan uang pada saat

mendesak. Setiap orang tua pasti tidak ingin anaknya merasa kesusahan. Mungkin saja suatu saat terjadi sesuatu pada anak sehingga anak diperlukan untuk menggunakan uang. Untuk berjaga-jaga terhadap hal tersebut, maka diberikanlah uang saku.

Menurut (Wijayanti & Herman, 2023) ada beberapa faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan individu dapat meliputi :

1. Usia

Lamanya waktu hidup responden yang dihitung dalam satuan tahun sejak lahir hingga saat penelitian dilakukan.

2. Tingkat pendidikan

Jenjang pendidikan formal tertinggi yang telah diselesaikan oleh responden.

3. Jumlah tanggungan sebagai determinan utama tingkat pendapatan personal seseorang

Jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan ekonomi responden dalam satu rumah tangga.

Beberapa faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan mencakup modal usaha, jam kerja, tingkat pendidikan, dan lokasi usaha dalam konteks usaha mikro seperti warung makan (Kare et al., 2025).

2.1.3.3 Peranan Pendapatan

Pendapatan dalam bentuk uang saku berperan penting dalam kehidupan mahasiswa karena menjadi sumber utama dana untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, termasuk konsumsi makanan, transportasi, dan aktivitas akademik. Uang saku yang lebih besar cenderung memberikan keleluasaan bagi mahasiswa untuk melakukan pengeluaran, namun juga berpotensi mendorong

perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian menunjukkan bahwa uang saku memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena besaran dana yang tersedia memengaruhi frekuensi pembelian barang tidak pokok dan gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Uang saku juga dapat berperan sebagai alat pembelajaran pengelolaan keuangan pribadi, karena mahasiswa harus belajar menetapkan prioritas pengeluaran antara kebutuhan pokok dan non-pokok. Dengan demikian, uang saku bukan hanya sebagai alat pemenuhan kebutuhan ekonomi, tetapi juga sebagai faktor yang membentuk keterampilan manajemen keuangan pribadi yang berguna dalam kehidupan dewasa. Penelitian menunjukkan hubungan yang berarti antara besaran uang saku dengan perilaku konsumtif apabila gaya hidup dan faktor lingkungan tidak dikendalikan dengan baik (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Pendapatan berupa uang saku memiliki peranan penting dalam membentuk pola konsumsi dan perilaku finansial mahasiswa. Uang saku yang diterima oleh mahasiswa memengaruhi tingkat konsumsi barang dan jasa, termasuk kecenderungan untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan bukan kebutuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya besarnya uang saku yang tersedia dapat meningkatkan kecenderungan konsumsi berlebihan apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik (pengaturan prioritas pengeluaran ataupun pengelolaan keuangan pribadi). Mahasiswa dengan uang saku yang lebih besar cenderung memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan uang saku lebih terbatas (Nikmah et al., 2023).

Menurut (Saku & Dan, 2019) pendapatan memiliki peranan yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

1. Sumber pendapatan utama mahasiswa

Mahasiswa memperoleh pendapatan terutama dari uang saku orang tua, beasiswa, atau upah kerja sampingan, sehingga uang saku menjadi dasar dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari.

2. Mendorong peningkatan konsumsi non makanan

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi non makanan mahasiswa. Artinya, semakin besar uang saku yang diterima, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa meningkatkan konsumsi non makanan.

3. Mempengaruhi pola pengelolaan keuangan mahasiswa

Uang saku yang tidak dialokasikan secara tepat dapat mendorong pengeluaran berlebih, terutama untuk kebutuhan non esensial. Oleh karena itu, pengelolaan uang saku menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat Pendapatan

Pendapatan bertujuan sebagai sumber utama pemenuhan kebutuhan ekonomi individu, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Pendapatan memungkinkan individu mempertahankan kelangsungan hidup, meningkatkan kesejahteraan, serta memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan. Dalam konteks mahasiswa, pendapatan atau uang saku berfungsi untuk mendukung keberlangsungan aktivitas akademik dan kehidupan sehari-hari selama masa studi (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Selain itu, pendapatan bertujuan untuk memberikan rasa aman secara ekonomi, karena dengan adanya pendapatan yang memadai, individu dapat merencanakan pengeluaran, menabung, dan mempersiapkan kebutuhan di masa mendatang. Pendapatan juga berperan sebagai alat kontrol dalam pengambilan keputusan ekonomi individu, termasuk keputusan konsumsi dan pengelolaan keuangan pribadi (Nikmah et al., 2023).

Ada beberapa tujuan pendapatan (uang saku) menurut (Ilmiah & Islam, 2022) sebagai berikut :

1. Sebagai sumber pendapatan mahasiswa yang berasal dari orang tua atau keluarga, terutama karena mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap.
2. Untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kebutuhan ekonomi mahasiswa, baik kebutuhan konsumsi sehari-hari maupun kebutuhan lain seperti pendidikan dan aktivitas pendukung.
3. Sebagai dana yang dapat dialokasikan, tidak hanya untuk konsumsi tetapi juga untuk kegiatan produktif seperti investasi, tergantung pada kemampuan pengelolaannya.

Pendapatan memberikan manfaat utama berupa kemampuan individu dalam mengatur dan mengalokasikan pengeluaran secara efektif. Individu dengan pendapatan yang memadai memiliki keleluasaan dalam menentukan prioritas kebutuhan dan menghindari tekanan ekonomi yang berlebihan. Bagi mahasiswa, pendapatan membantu mengembangkan kemandirian finansial serta kemampuan mengelola uang secara bertanggung jawab (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Manfaat lain dari pendapatan adalah mempengaruhi pola konsumsi dan perilaku ekonomi. Pendapatan yang lebih tinggi dapat meningkatkan daya beli dan

kualitas hidup, namun juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik. Oleh karena itu, pendapatan tidak hanya bermanfaat secara ekonomi, tetapi juga berperan dalam pembentukan perilaku keuangan individu (Nikmah et al., 2023).

Ada beberapa manfaat pendapatan (uang saku) menurut (Ilmiah & Islam, 2022) sebagai berikut :

1. Memberikan kemampuan finansial bagi mahasiswa untuk melakukan aktivitas ekonomi, termasuk menyisihkan dana untuk investasi.
2. Melatih mahasiswa dalam mengelola keuangan, karena mahasiswa harus mengatur alokasi uang saku untuk konsumsi, tabungan, maupun investasi.
3. Meningkatkan minat investasi mahasiswa, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi, baik secara langsung maupun melalui risiko investasi sebagai variabel mediasi.

2.1.3.5 Indikator Pendapatan

Pendapatan dapat diukur melalui beberapa indikator utama yang mencerminkan kemampuan ekonomi individu. Menurut hasil penelitian empiris, besarnya pendapatan menjadi indikator utama karena menunjukkan jumlah penerimaan yang diperoleh individu dalam periode tertentu, baik secara harian, mingguan, maupun bulanan, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup (Rahmawati & Lestari, 2021).

Selain itu, sumber pendapatan juga digunakan sebagai indikator pendapatan, yang mencerminkan asal penerimaan individu, seperti pendapatan dari orang tua, pekerjaan utama, pekerjaan sampingan, atau usaha lain. Keberagaman

sumber pendapatan menunjukkan tingkat kestabilan ekonomi individu (Rismayanti & Oktapiani, 2020)

Adapun indikator pendapatan (uang saku) menurut (Patandean et al., 2025), yaitu sebagai berikut :

1. Jumlah Uang Saku yang Diterima

Besaran nominal uang saku yang responden terima dalam satu periode waktu tertentu (misalnya per minggu/bulan/tahun). Ini merupakan indikator dasar yang mengukur kuantitas pendapatan dan memberikan gambaran daya beli responden.

2. Rutin atau Tidaknya Pemberian Uang Saku

Sejauh mana uang saku diberikan secara teratur dan pada jadwal yang konsisten (misalnya setiap awal bulan atau tetap setiap minggu). Indikator ini memberi gambaran stabilitas pendapatan yang tersedia bagi responden.

3. Uang Saku Tambahan untuk Keperluan Tidak Terduga

Apakah responden menerima uang saku tambahan di luar jumlah pokok ketika muncul kebutuhan mendadak atau tidak terencana (misalnya kebutuhan kesehatan, tugas kampus mendadak, atau keperluan sosial).

4. Persepsi Kecukupan Uang Saku

Sejauh mana responden merasa bahwa jumlah uang saku yang diterima cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok harian atau bulanan mereka. Ini bukan nominal absolut, melainkan persepsi subjektif terhadap kecukupan pendapatan.

5. Sumber Uang Saku

Asal dari uang saku yang diterima responden, misalnya orang tua/wali, beasiswa, kerja paruh waktu, atau hadiah. Ini memberi informasi tentang komposisi pendapatan selain nominalnya.

6. Pengelolaan Uang Saku (Anggaran & Tabungan)

Kemampuan responden dalam mengatur uang saku mereka dengan bijak, misalnya menyusun anggaran, menabung sebagian uang saku, atau mencatat pengeluaran.

2.1.4 Kontrol Diri

2.1.4.1 Pengertian Kontrol Diri

Sangat penting untuk mengendalikan keuangan, terutama bagi mahasiswa yang sedang dalam tahap transisi menuju kemandirian finansial. Mengontrol diri sangat berpengaruh terhadap cara seseorang membuat keputusan keuangan yang bijak, menghindari perilaku konsumtif, dan merencanakan masa depan keuangan dengan lebih baik. Kontrol diri menurut (Nurhaini et al., 2018) adalah kemampuan seseorang untuk mengontrol perilaku mereka sesuai dengan tujuan dan hasil yang diinginkan.

Menurut (Manajemen & Hakim, 2020) kontrol diri adalah bentuk pengaturan atas diri sendiri dalam bertindak laku dan bersikap. Kontrol diri juga didefinisikan sebagai kemampuan dalam menyusun, membimbing, mengarahkan, dan mengatur bentuk perilaku yang membawa pada konsekuensi positif.

Kontrol diri (*self-control*) merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku agar selaras dengan norma sosial, tujuan jangka panjang, serta konsekuensi yang diharapkan. Kontrol diri memungkinkan individu untuk menunda kepuasan sesaat dan mengarahkan perilaku secara rasional dalam menghadapi berbagai situasi (Baumeister & Vohs, 2007).

Kontrol diri juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, emosi, dan keinginan ketika menghadapi berbagai stimulus konsumsi. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang rendah cenderung sulit menahan godaan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan, sedangkan mahasiswa dengan kontrol diri yang baik mampu mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri berfungsi sebagai mekanisme internal yang membantu individu bertindak lebih rasional dalam penggunaan uang (Gunawan & Febri Andani, 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur, mengarahkan, dan mengendalikan perilaku serta sikap agar selaras dengan tujuan yang ingin dicapai. Kontrol diri tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menahan keinginan sesaat, tetapi juga mencerminkan kedewasaan dalam mengambil keputusan yang memberikan dampak positif di masa depan. Dalam konteks pengelolaan keuangan mahasiswa, kontrol diri berperan penting dalam membantu individu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mampu menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih bijak dalam menggunakan uang, mampu merencanakan keuangan dengan lebih terarah, serta mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan keuangan yang diambil. Kontrol diri menjadi faktor kunci dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat, khususnya bagi mahasiswa yang sedang berada pada tahap transisi menuju kemandirian finansial.

Kontrol diri yang baik diharapkan mampu menekan perilaku konsumtif dan mendorong pengelolaan keuangan yang lebih bertanggung jawab.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Kontrol Diri

Kontrol diri bertujuan untuk mengontrol dorongan dalam dan luar diri seseorang sehingga mereka dapat mempertimbangkan mana yang baik dan benar sebelum bertindak. Kontrol diri yang baik dapat membantu individu mencapai tujuan jangka panjang dengan menghindari kesenangan jangka pendek (Evy. Indah, 2022).

Kontrol diri bertujuan untuk membantu individu mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku agar tetap selaras dengan tujuan jangka panjang serta norma sosial yang berlaku. Dengan adanya kontrol diri, individu mampu menunda kepuasan sesaat demi mencapai hasil yang lebih bermanfaat di masa depan, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih rasional dan terencana (Baumeister & Vohs, 2007).

Selain itu, kontrol diri bertujuan untuk menjaga konsistensi perilaku terhadap tujuan jangka panjang, khususnya ketika individu menghadapi godaan atau tekanan situasional. Dengan kontrol diri yang baik, individu mampu mempertahankan komitmen terhadap tujuan yang telah ditetapkan meskipun terdapat dorongan untuk menyimpang dari tujuan tersebut (Duckworth & Seligman, 2005).

Menurut (Anggreini et al., 2014) menyatakan bahwa kontrol diri memiliki beberapa manfaat antara lain :

1. Membatasi perhatian individu kepada orang lain. Dengan adanya kontrol diri, individu akan memberikan perhatian pada kebutuhan pribadinya, tidak hanya

berfokus pada kebutuhan, kepentingan, atau keinginan orang lain, cenderung akan menyebabkan individu mengabaikan bahkan melupakan kebutuhan pribadinya.

2. Membatasi keinginan individu untuk mengendalikan orang lain di lingkungannya. Kontrol diri akan membatasi ruang bagi aspirasi dirinya dan memberikan ruang bagi aspirasi orang lain supaya dapat terakomodasi bersamasama. Individu akan membatasi keinginannya atas keinginan orang lain dan memberikan kesempatan kepada orang lain untuk berada dalam ruang aspirasinya masing-masing.
3. Membantu individu untuk memenuhi kebutuhan hidup secara seimbang. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik, akan memenuhi kebutuhan hidupnya dalam takaran yang sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Kontrol diri membantu individu untuk menyeimbangkan pemenuhan kebutuhan hidup.

Manfaat kontrol diri adalah meningkatkan keberhasilan individu dalam bidang akademik, sosial, dan ekonomi. Individu yang mampu mengendalikan impuls dan emosi menunjukkan tingkat disiplin yang lebih baik, stabilitas perilaku yang lebih tinggi, serta kecenderungan untuk menghindari perilaku bermasalah, termasuk perilaku konsumtif berlebihan (Duckworth & Seligman, 2005).

Manfaat lain dari kontrol diri adalah mencegah perilaku konsumtif dan meningkatkan pengelolaan keuangan pribadi. Kontrol diri memungkinkan individu untuk mengatur prioritas pengeluaran, menahan dorongan membeli barang yang tidak dibutuhkan, serta menjaga stabilitas kondisi keuangan. Dengan demikian,

kontrol diri berperan penting dalam membentuk perilaku ekonomi yang bertanggung jawab (Baumeister & Vohs, 2007).

2.1.4.3 Indikator Kontrol Diri

Kontrol diri memiliki beberapa indikator yang membantu dalam memahami sejauh mana seseorang mampu mengatur perilakunya. Menurut (Hengo et al., 2021) kontrol diri terdiri empat indikator yaitu :

1. Mengendalikan Pengeluaran Sehari-Hari

Menunjukkan sejauh mana seseorang dapat menahan dorongan untuk membelanjakan uang secara berlebihan. Dengan mengendalikan pengeluaran, individu dapat memprioritaskan kebutuhan utama dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu.

2. Membuat Anggaran Belanja

Menyusun anggaran belanja membantu individu dalam mengalokasikan keuangan secara efektif untuk berbagai kebutuhan. Anggaran belanja berfungsi sebagai panduan agar seseorang dapat mengontrol pengeluarannya dan memastikan dana tersedia untuk kebutuhan penting sehingga tidak terjebak dalam masalah keuangan.

3. Membeli Barang dengan Melakukan Perencanaan Sebelumnya

Melakukan perencanaan sebelum membeli barang menunjukkan bahwa seseorang tidak tergesa-gesa dalam berbelanja dan mempertimbangkan baik-baik apa yang ingin dibeli. Hal ini membantu individu dalam menghindari pembelian impulsif dan lebih fokus pada barang-barang yang benar-benar dibutuhkan.

4. Melihat Barang Yang Diinginkan Tidak Tergesa-Gesa Untuk Membeli

Kemampuan untuk menahan keinginan membeli barang secara langsung atau impulsif menunjukkan kontrol diri yang baik. Dengan menunda pembelian, seseorang memberi waktu untuk mempertimbangkan.

Kontrol diri dapat diukur dalam beberapa indikator kemampuan mengatur emosi, yang menunjukkan sejauh mana individu mampu mengelola emosi negatif seperti marah, cemas, atau frustrasi agar tidak memengaruhi perilaku secara berlebihan. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu tetap tenang dan berpikir rasional dalam menghadapi situasi yang menekan (Baumeister & Vohs, 2007).

Selanjutnya, kontrol diri juga ditunjukkan melalui kemampuan mengendalikan perilaku dan pengambilan keputusan, yaitu kemampuan individu untuk bertindak sesuai dengan tujuan jangka panjang dan norma yang berlaku, meskipun menghadapi godaan atau tekanan lingkungan. Hal ini mencakup kemampuan menunda kepuasan dan bertindak secara disiplin (Duckworth & Seligman, 2005).

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara bijak. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan memengaruhi cara individu tersebut mengelola pendapatan, mengatur pengeluaran, serta menentukan prioritas kebutuhan. Pada mahasiswa, literasi keuangan menjadi aspek yang sangat penting karena mahasiswa berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial dan umumnya memiliki keterbatasan pendapatan. Literasi keuangan yang baik

memungkinkan mahasiswa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mampu mengendalikan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak diperlukan. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan mahasiswa kurang memahami konsekuensi keuangan dari keputusan konsumsi yang diambil, sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, termasuk pembelian yang bersifat impulsif.

(Laily & Malang, 2012) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dimana mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman dalam pengelolaan keuangan membuat individu lebih mudah tergoda untuk membelanjakan uang tanpa perencanaan yang matang. Temuan ini sejalan dengan (Margaretha & Pambudhi, 2015) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan.

Dalam konteks perkembangan teknologi dan *e-commerce*, seperti TikTok Shop, literasi keuangan menjadi semakin penting. Berbagai promosi, diskon, dan kemudahan transaksi dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik akan lebih mampu mengevaluasi manfaat dan risiko dari setiap pembelian, sehingga dapat menekan perilaku konsumtif yang berlebihan.

2.2.2 Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pendapatan merupakan sumber daya ekonomi yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Bagi mahasiswa, pendapatan umumnya berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua, beasiswa, maupun

penghasilan dari pekerjaan sampingan. Besar kecilnya pendapatan yang diterima mahasiswa akan memengaruhi pola konsumsi dan cara mahasiswa dalam membelanjakan uangnya. Pendapatan yang lebih tinggi cenderung memberikan keleluasaan dalam melakukan konsumsi, sehingga dapat meningkatkan peluang terjadinya perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan pendapatan yang relatif besar memiliki kemampuan beli yang lebih tinggi, sehingga lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan dibandingkan kebutuhan. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan yang terbatas cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uangnya dan memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih rendah.

Muana (2005) serta Kadariah (2002) yang dikutip oleh (Khusnul & Usep, 2019) menyatakan bahwa pendapatan merupakan faktor utama yang menentukan pola konsumsi seseorang, dimana peningkatan pendapatan akan diikuti oleh peningkatan konsumsi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Saku & Dan, 2019) yang menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

Dalam konteks belanja digital dan e-commerce, peningkatan pendapatan dapat semakin mendorong perilaku konsumtif impulsif, terutama ketika mahasiswa dihadapkan pada berbagai promosi, diskon, dan kemudahan transaksi. Tanpa pengelolaan keuangan dan kontrol diri yang baik, pendapatan yang lebih tinggi berpotensi mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara berlebihan.

2.2.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, keinginan, serta perilaku agar sesuai dengan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Dalam konteks perilaku konsumsi, kontrol diri berperan penting dalam membantu individu menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan serta mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan keuangan yang diambil. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga lebih selektif dalam membelanjakan uangnya. Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah lebih mudah terpengaruh oleh faktor eksternal seperti promosi, diskon, tren, dan lingkungan sosial, yang dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif impulsif.

(Nurhaini et al., 2018) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Manajemen & Hakim, 2020) yang menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengatur, membimbing, dan mengarahkan perilaku ke arah konsekuensi yang positif. Dengan adanya kontrol diri yang baik, individu dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional.

Dalam perkembangan belanja digital, seperti penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial, kontrol diri menjadi semakin penting. Kemudahan akses, berbagai penawaran menarik, serta pembelian yang dapat dilakukan kapan saja meningkatkan risiko perilaku konsumtif impulsif. Mahasiswa dengan kontrol

diri yang tinggi akan lebih mampu menahan dorongan untuk berbelanja secara berlebihan, meskipun dihadapkan pada berbagai stimulus konsumsi.

2.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kontrol Diri

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola pendapatan, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional dan bertanggung jawab. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan memengaruhi cara individu tersebut bersikap dan bertindak dalam mengelola keuangan, termasuk dalam mengendalikan dorongan konsumsi dan perilaku keuangan sehari-hari. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih matang mengenai perencanaan keuangan, pengelolaan pengeluaran, dan konsekuensi dari setiap keputusan finansial. Pemahaman tersebut mendorong individu untuk lebih berhati-hati dan mampu mengendalikan diri dalam menghadapi godaan konsumsi. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu kurang mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pengeluaran, sehingga kontrol diri dalam pengambilan keputusan keuangan menjadi lemah.

(Yushita, 2017) menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat dan bertanggung jawab. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih mampu mengelola keuangannya secara terencana, sehingga dapat menekan perilaku impulsif. Hal ini sejalan dengan (Laily & Malang, 2012) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi.

Dalam konteks mahasiswa dan perkembangan belanja digital, literasi keuangan menjadi dasar penting dalam membangun kontrol diri. Pengetahuan mengenai anggaran, perencanaan keuangan, serta risiko pengeluaran yang tidak terkontrol membantu mahasiswa untuk menahan dorongan konsumtif, terutama saat dihadapkan pada promosi dan kemudahan transaksi di platform digital.

2.2.5 Pengaruh Pendapatan Terhadap Kontrol Diri

Pendapatan merupakan sumber daya ekonomi yang dimiliki individu untuk memenuhi kebutuhan hidup dan melakukan aktivitas konsumsi. Bagi mahasiswa, pendapatan umumnya berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua, beasiswa, atau penghasilan tambahan. Tingkat pendapatan yang dimiliki mahasiswa dapat memengaruhi cara individu mengendalikan diri dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan konsumsi. Pendapatan yang relatif tinggi memberikan keleluasaan finansial yang lebih besar, sehingga dapat memengaruhi tingkat kontrol diri mahasiswa. Mahasiswa dengan pendapatan yang lebih besar berpotensi mengalami penurunan kontrol diri apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik, karena kemudahan dalam memenuhi keinginan dapat mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan yang terbatas cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan uang dan memiliki kontrol diri yang lebih tinggi dalam mengatur pengeluaran.

Kadariah (2002) yang dikutip oleh (Khusnul & Usep, 2019) menyatakan bahwa pendapatan merupakan faktor utama yang memengaruhi pola konsumsi seseorang. Peningkatan pendapatan yang tidak disertai dengan perencanaan keuangan yang baik dapat mendorong individu untuk lebih mudah memenuhi keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang. Hal ini

menunjukkan bahwa pendapatan memiliki keterkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku keuangan.

Dalam konteks mahasiswa dan perkembangan belanja digital, peningkatan pendapatan dapat memperbesar peluang munculnya godaan konsumsi, seperti pembelian impulsif akibat promosi dan kemudahan transaksi. Oleh karena itu, pendapatan yang lebih tinggi menuntut adanya kontrol diri yang lebih kuat agar pengelolaan keuangan tetap terarah dan bertanggung jawab.

2.2.6 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan

Kontrol Diri

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan secara bijak, termasuk dalam perencanaan, pengambilan keputusan, serta pengendalian pengeluaran. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa tidak hanya memengaruhi perilaku konsumtif secara langsung, tetapi juga berperan dalam membentuk kontrol diri dalam pengelolaan keuangan. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih matang mengenai pentingnya pengelolaan keuangan, sehingga mampu mengendalikan dorongan konsumsi dan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap keputusan keuangan. Pemahaman tersebut mendorong terbentuknya kontrol diri yang lebih baik, yang selanjutnya berperan dalam menekan perilaku konsumtif, khususnya perilaku konsumtif impulsif.

Menurut (Dikria,2016) dalam Risa (2018) menyebutkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi atau memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan dapat bisa memilah-milah dalam melakukan kegiatan konsumsi, mahasiswa tersebut akan mendahulukan untuk membeli

kebutuhan yang sangat dibutuhkannya dan tidak memprioritaskan keinginan yang diinginkannya sebab mahasiswa tersebut mengetahui bahwa mereka akan menghadapi berbagai macam kemungkinan yang bisa saja terjadi ketika mereka lebih memprioritaskan keinginannya daripada kebutuhannya yang sangat dibutuhkan. Hal-hal yang mungkin terjadi tersebut adalah seperti pengeluaran yang semakin membengkak atau meningkat, tidak dapat menyisihkan uangnya untuk dijadikan sebagai tabungan, tidak dapat berinvestasi untuk masa yang akan datang, menimbulkan sifat boros, dan yang paling dapat merugikan kehidupannya adalah mahasiswa tersebut tidak dapat memenuhi kebutuhan pokoknya sehari-hari karena lebih memprioritaskan keinginannya dibandingkan kebutuhannya.

(Laily & Malang, 2012) dan (Yushita, 2017) menjelaskan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan individu, dimana literasi keuangan yang baik mendorong pengambilan keputusan keuangan yang rasional, meningkatkan kontrol diri, serta menekan perilaku konsumtif.

2.2.7 Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri

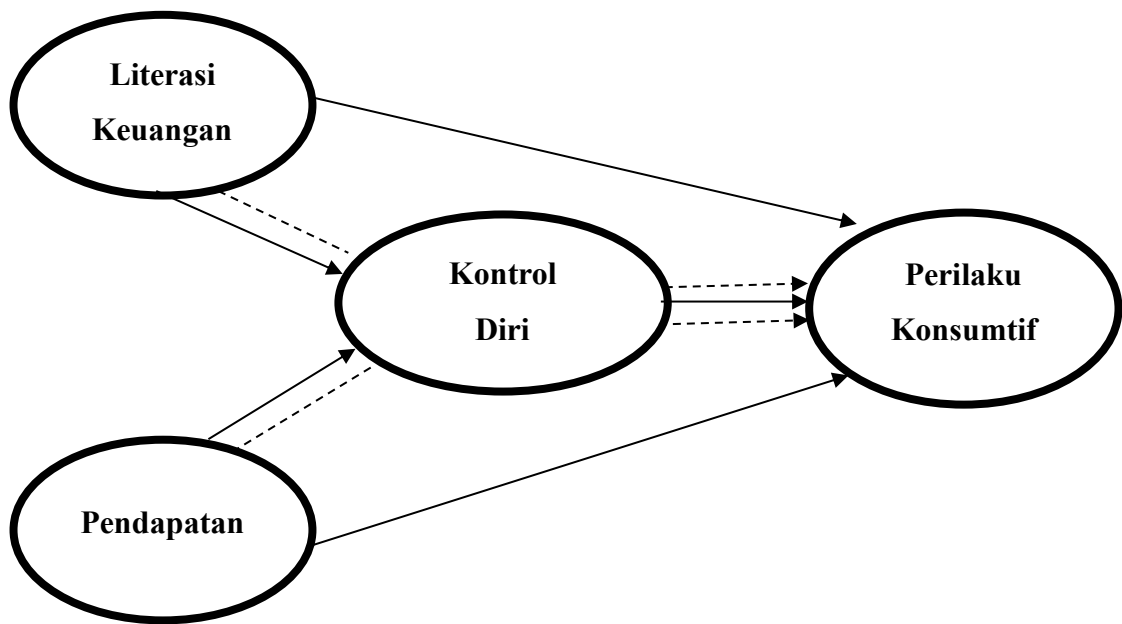
Pendapatan merupakan sumber daya ekonomi yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan hidup dan melakukan aktivitas konsumsi. Pada mahasiswa, pendapatan umumnya berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua, beasiswa, maupun penghasilan tambahan. Besar kecilnya pendapatan yang diterima akan memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui kemampuan individu dalam mengendalikan diri. Pendapatan yang lebih tinggi cenderung meningkatkan daya beli mahasiswa, sehingga dapat

mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik. Mahasiswa dengan pendapatan yang relatif besar memiliki keleluasaan dalam memenuhi keinginan, sehingga berpotensi melakukan pembelian yang bersifat impulsif. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan yang terbatas cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola pengeluaran dan memiliki kontrol diri yang lebih tinggi.

Menurut (Agata, 2023) pendapatan itu menentukan kemampuan untuk membeli suatu barang. Jadi semakin tinggi pendapatannya, maka semakin tinggi pula kemampuan untuk membeli suatu barang yang menjadikan perilaku konsumtif orang tersebut menjadi lebih tinggi.

(Khusnul & Usep, 2019) menegaskan bahwa pendapatan menjadi faktor utama yang memengaruhi pola konsumsi, sedangkan (Nurhaini et al., 2018) menyatakan bahwa kontrol diri berperan dalam mengendalikan perilaku individu agar selaras dengan tujuan yang diinginkan, termasuk dalam perilaku konsumsi.

Berdasarkan uraian teori maupun hasil penelitian terdahulu bahwa “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Di Tiktok Shop Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara” dapat digambarkan melalui kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh yang ada pada penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah dan kerangka konseptual sebelumnya, berikut merupakan hipotesis penelitian ini yaitu :

1. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.
2. Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.
3. Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.
4. Literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.
5. Pendapatan berpengaruh terhadap kontrol diri Mahasiswa Program Studi

Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.

6. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.
7. Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2022.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini dilihat dari cara penjelasan dan bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh antar variabel bebas literasi keuangan (X1) dan pendapatan (X2) terhadap variabel terikat yakni perilaku konsumtif (Y) dengan variabel penghubung kontrol diri (Z). Dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan asosiatif dan kuantitatif, pendekatan asosiatif adalah suatu pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan pengaruh atau pengaruh diantara dua variabel yaitu variabel bebas (*independene variable*) dan variabel terikat (*dependen variable*). Kemudian data yang dikumpulkan dalam bentuk kuantitatif.

Menurut (Sugiyono, 2019) pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Menurut (Sugiyono, 2019) metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

3.2 Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019) adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Adapun yang menjadi defenisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian tanpa pertimbangan yang kuat dan mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan. Keinginan melakukan pembelian produk secara berlebihan (Rohmah et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasan menarik 3. Membeli demi menjaga penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga bukan manfaat 5. Membeli produk sebagai simbol status 6. Mencoba dan membeli lebih dari dua produk sejenis (A. Noorah Mujahidah, 2020)	Likert
Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan adalah kemampuan mengelola keuangan secara bijak, merencanakan masa depan, dan merespons peristiwa ekonomi yang memengaruhi keputusan finansial harian. Dengan literasi keuangan, seseorang dapat memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuan finansialnya, meningkatkan kualitas pelayanan keuangan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan negara (Yushita, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Tabungan 3. Asuransi 4. Investasi Chen dan Volpe (1998) yang dikutip oleh (Sustiyo, 2020)	Likert
Pendapatan (X2)	Pendapatan merupakan dana yang diberikan orang tua atau keluarga untuk memenuhi kebutuhan seperti makan, buku,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah Uang Saku yang Diterima 2. Rutin atau Tidaknya Pemberian Uang Saku 3. Uang Saku Tambahan 	Likert

	pakaian, dan kebutuhan hidup lainnya, Sari (2019) yang dikutip oleh (Restu & Nur Endah, 2025),	untuk Keperluan Tidak Terduga 4. Persepsi Kecukupan Uang Saku 5. Sumber Uang Saku 6. Pengelolaan Uang Saku (Anggaran & Tabungan) (Patandean et al., 2025)	
Kontrol Diri (Z)	Menurut (Manajemen & Hakim, 2020) Kontrol diri adalah bentuk pengaturan atas diri sendiri dalam bertindak laku dan bersikap. Kontrol diri juga didefinisikan sebagai kemampuan dalam menyusun, membimbing, mengarahkan, dan mengatur bentuk perilaku yang membawa pada konsekuensi positif.	1. Mengendalikan pengeluaran sehari-hari 2. Membuat anggaran belanja 3. Membeli barang dengan melakukan perencanaan sebelumnya 4. Melihat barang yang diinginkan tidak tergesa-gesa untuk membeli, (Hengo et al., 2021)	Likert

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara..

3.3.2 Waktu Penelitian

Adapun penelitian direncanakan mulai dari bulan Juni s/d Januari 2026. Untuk lebih jelasnya, jadwal kegiatan penelitian.

Tabel 3. 2 Waktu Penelitian

No.	Uraian	Juni				November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul	■	■	■	■																
2.	Pra Riset					■	■	■	■												
3.	Menyusun Proposal									■	■	■	■								
4.	Bimbingan Proposal													■	■	■	■				
5.	Sempro																■				
6.	Revisi																	■			
7.	Mengumpulkan Data																	■			
8.	Mengelola Data																		■		
9.	Menganalisis Data																			■	
10.	Menginterpretasi Data																			■	
11.	Menyusun Laporan penelitian																				■
12.	Sidang Meja Hijau																				■

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sena Wahyu Purwanza, 2020) populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Berdasarkan uraian diatas, maka populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berjumlah 609 mahasiswa yang aktif.

3.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel bertujuan untuk menjelaskan bagaimana peneliti menentukan sampel dari populasi yang menjadi sasaran penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive

sampling. Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Penetapan kriteria responden dilakukan untuk memastikan bahwa subjek penelitian memiliki karakteristik yang sesuai dengan variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan, pendapatan, perilaku konsumtif pada TikTok Shop, serta kontrol diri. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Mahasiswa yang tidak tinggal bersama orang tua (kos).
3. Mahasiswa yang memiliki sumber pendapatan berupa uang saku dari orang tua, beasiswa, atau hasil bekerja sambil kuliah.
4. Mahasiswa yang pernah atau sedang menggunakan fitur TikTok Shop untuk melakukan pembelian produk.
5. Mahasiswa yang menggunakan TikTok Shop untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pribadi.

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. Dalam penelitian ini Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan perhitungan rumus slovin.

Adapun penentu sampel menurut rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1 + N(a)^2}$$

$$n = \frac{609}{1 + 609(0,1)^2}$$

$$n = \frac{609}{1 + 609(0,01)}$$

$$n = \frac{609}{1 + 6,09}$$

$$n = 86$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

α = Margin Error (10%)

Dari hasil perhitungan diatas, maka banyak sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 86 mahasiswa yang aktif.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan peneliti guna mendapatkan data dalam suatu penelitian. Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data di dalam penelitian ini adalah Kuesioner (*Google Form*).

Kuesioner (*Google Form*) adalah pertanyaan pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat persepsi responden peneliti tentang suatu variabel yang diteliti. Kuesioner ini dibagikan kepada semua yang menjadi sampel penelitian yaitu Mahasiswa Angkatan 2022 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan pada Mahasiswa Angkatan 2022 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi yaitu Skala Likert sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3

Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut (Wright, 1934), analisis jalur didasarkan pada model regresi linier di mana hubungan antara variabel diwakili oleh diagram jalur (*path diagram*). Dalam diagram ini, panah menunjukkan arah kausalitas, dan koefisien jalur dihitung menggunakan persamaan regresi. Misalnya, jika kita memiliki model sederhana di mana variabel X mempengaruhi Y melalui mediator M, maka koefisien jalur dapat diestimasi untuk menentukan efek langsung dan tidak langsung. Teknik ini membantu mengidentifikasi apakah hubungan kausal signifikan dan apakah ada efek mediasi atau moderasi.

Analisis jalur sering menjadi dasar untuk *Structural Equation Modeling* (SEM) yang lebih kompleks, seperti yang dibahas dalam literatur modern (misalnya, Bollen, 1989). Namun, Wright menekankan bahwa analisis jalur bergantung pada asumsi kausalitas yang didasarkan pada teori, bukan hanya data empiris, sehingga validitas model tergantung pada pengetahuan domain peneliti.

Contoh persamaan analisis

jalur adalah:

$$Y_1 = \beta_{y_1x_1}X_1 + \beta_{y_1x_2}X_2 + \epsilon_1$$

$$Z = \beta_{y_2x_1}X_1 + \beta_{y_2x_2}X_2 + \beta_{y_2y_1}Y_1$$

$$Y_1 + \epsilon_2$$

Dalam contoh ini, Y_1 dan Z adalah variabel dependen (dipengaruhi), X_1 dan X_2 adalah variabel independen (mempengaruhi), β adalah koefisien jalur yang mengukur pengaruh langsung, dan ϵ adalah koefisien residu yang mewakili pengaruh

variabel lain di luar model.

Penjelasan lebih lanjut

- Model pertama (Y_1):

Variabel dependen Y_1 dipengaruhi oleh variabel independen X_1 dan X_2 secara langsung.

- Model kedua (Z):

Variabel dependen Z dipengaruhi oleh variabel independen X_1 , X_2 , dan juga oleh variabel dependen lain (Y_1).

Hal ini menggambarkan adanya pengaruh tidak langsung, misalnya X_1 memengaruhi Z melalui Y_1 .

- Koefisien jalur (β):

Koefisien ini menunjukkan besarnya pengaruh langsung suatu variabel terhadap variabel lain setelah memperhitungkan pengaruh variabel lainnya dalam model.

- Koefisien residu (ε):

Koefisien ini mewakili pengaruh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model

dan dihitung dengan rumus:

$$\varepsilon = \sqrt{1 - R^2}$$

Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) yang diolah melalui SmartPLS. Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan antarvariabel laten secara simultan, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung (mediasi). Selain itu,

SEM-PLS tidak menuntut data harus berdistribusi normal, sehingga sesuai dengan karakteristik penelitian sosial dengan data lapangan.

Tahapan analisis data meliputi tiga bagian utama, yaitu uji outer model, uji inner model, dan uji hipotesis.

3.6.1 Uji Outer Model atau Model Pengukuran (Measurement Model)

Tahap ini digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstraknya.

- a. Uji Validitas Konvergen dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Indikator dinyatakan valid jika *loading factor* $\geq 0,70$ dan *AVE* $\geq 0,50$.
- b. Uji Validitas Diskriminan bertujuan memastikan bahwa konstruk yang berbeda memiliki perbedaan empiris, dinilai dari *Fornell-Larcker Criterion* dan nilai *cross loading*.
- c. Uji Reliabilitas Konstruk dilakukan melalui *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, dengan nilai $\geq 0,70$ menunjukkan bahwa konstruk memiliki konsistensi internal yang baik.

3.6.2 Uji Inner Model atau Model Struktural (Structural Model)

Inner model digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel laten berdasarkan hasil estimasi koefisien jalur (*path coefficient*).

- a. Uji *R-Square* (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,67 dikategorikan kuat, 0,33 moderat, dan 0,19 lemah.
- b. Uji *F-Square* (F^2) digunakan untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel terhadap konstruk lain. Nilai F^2 sebesar 0,02 dianggap

kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 besar.

- c. Uji *Goodness of Fit* (SRMR) digunakan untuk menilai tingkat kesesuaian model terhadap data. Model dikatakan fit apabila nilai SRMR $< 0,08$.

3.6.3 Uji Hipotesis

Setelah melakukan berbagai pengukuran, baik *outer model* ataupun *inner model*, maka selanjutnya yaitu akan dilakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antarvariabel laten. Kriteria pengujian adalah:

- a. Hipotesis diterima apabila nilai *t-statistics* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$,
- b. Uji dilakukan untuk pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*) melalui variabel mediasi.

Suatu hipotesis dapat diterima dan ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansi. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Jika tingkat signifikansi yang dipilih adalah sebesar 5%, maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam studi ini ada kemungkinan membuat keputusan yang tepat sebesar 95% (Sugiyono, 2019).

Pengujian secara parsial untuk dapat melihat pengaruh dari masing- masing variable independen terhadap variable dependen. Untuk pengujian pengaruh parsial, hipotesis yang diajukan pada penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak atau H_a diterima, jika signifikansi $< 0,05$.
- b. H_0 diterima atau $H_a > 0,0$

BAB VI

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

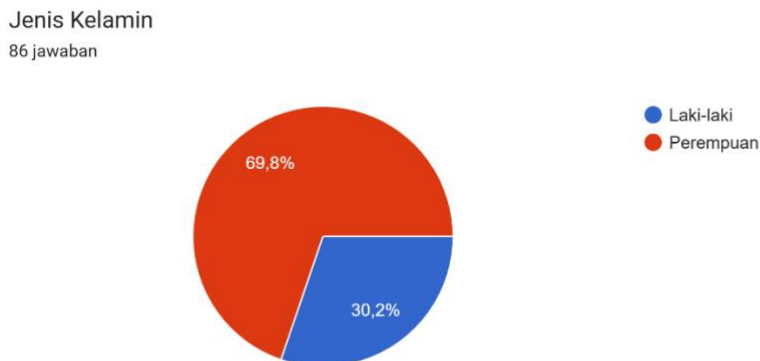
4.1.1 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Kuesioner tersebut terdiri atas 11 pernyataan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y), 12 pernyataan untuk variabel Kontrol Diri (Z), 12 pernyataan untuk variabel Literasi Keuangan (X1), dan 12 pernyataan untuk variabel Pendapatan (X2). Kuesioner disebarakan kepada 86 Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang ditetapkan sebagai responden penelitian. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5, yang disajikan dalam bentuk tabel ceklis untuk memudahkan responden dalam memberikan jawaban.

4.1.2 Karakteristik Responden

4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin



Sumber : Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.1 diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 86 orang. Dari jumlah tersebut, responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang atau sebesar 30,2%, sedangkan responden perempuan sebanyak 60 orang atau sebesar 69,8%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Komposisi responden yang didominasi oleh perempuan menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang menjadi sampel penelitian adalah perempuan. Kondisi ini mencerminkan bahwa dalam konteks penelitian ini, karakteristik responden lebih banyak merepresentasikan perilaku dan perspektif keuangan mahasiswa perempuan.

Perbedaan jenis kelamin sering dikaitkan dengan perbedaan perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan. Perempuan cenderung lebih berhati-hati, teliti, dan mempertimbangkan risiko dalam mengelola keuangan, sedangkan laki-laki umumnya lebih berani dalam mengambil keputusan yang bersifat impulsif atau berisiko. Perbedaan karakteristik ini berpotensi memengaruhi bagaimana literasi keuangan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengelola pendapatan serta mengendalikan perilaku konsumsi.

Dalam konteks penelitian ini, dominasi responden perempuan memungkinkan hasil analisis mengenai pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening lebih banyak mencerminkan pola perilaku keuangan mahasiswa perempuan. Mahasiswa perempuan yang cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan berpotensi memiliki kontrol diri yang lebih baik dalam menahan dorongan

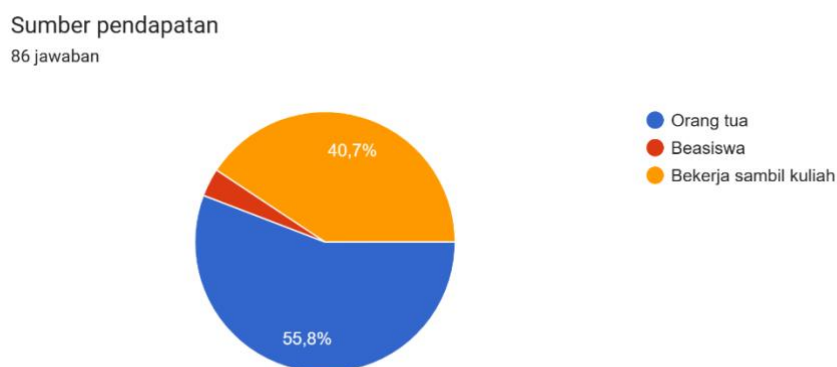
konsumsi, meskipun tetap dipengaruhi oleh faktor lain seperti tren, promosi, dan lingkungan sosial.

Namun demikian, keberadaan responden laki-laki tetap memberikan kontribusi dalam variasi data sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang lebih komprehensif. Selain itu, meskipun terdapat perbedaan proporsi antara laki-laki dan perempuan, distribusi responden tersebut masih dapat dianggap representatif dalam menggambarkan karakteristik populasi penelitian.

Dengan demikian, karakteristik jenis kelamin dalam penelitian ini menjadi salah satu faktor deskriptif yang penting dalam mendukung interpretasi hasil analisis, khususnya dalam memahami bagaimana literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri berperan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

4.1.2.2 Berdasarkan Sumber Pendapatan

Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan



Sumber : Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.2 diketahui bahwa sumber uang saku responden dalam penelitian ini terdiri dari tiga kategori, yaitu berasal dari orang tua, beasiswa, dan bekerja sambil kuliah. Dari total 86 responden, sebanyak 48 orang atau sebesar 55,8% memperoleh uang saku dari orang tua, sebanyak 3 orang atau sebesar 3,5%

berasal dari beasiswa, dan sebanyak 35 orang atau sebesar 40,7% berasal dari hasil bekerja sambil kuliah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memperoleh uang saku dari orang tua.

Dominasi sumber uang saku yang berasal dari orang tua menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki ketergantungan finansial terhadap keluarga. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengelolaan keuangan responden cenderung bergantung pada jumlah uang saku yang diberikan, sehingga perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengatur dana tersebut. Dalam hal ini, literasi keuangan menjadi faktor penting agar responden mampu mengelola pengeluaran secara bijak dan tidak melebihi batas yang tersedia.

Di sisi lain, responden yang memperoleh uang saku dari hasil bekerja sambil kuliah, yang mencapai 40,7%, menunjukkan adanya tingkat kemandirian finansial yang cukup tinggi. Responden dalam kategori ini cenderung memiliki pengalaman langsung dalam memperoleh pendapatan, sehingga lebih memahami nilai uang dan memiliki pertimbangan yang lebih rasional dalam membelanjakan dana. Hal ini berpotensi meningkatkan kemampuan kontrol diri dalam menekan perilaku konsumtif.

Sementara itu, responden yang memperoleh uang saku dari beasiswa hanya sebesar 3,5%, yang menunjukkan bahwa jumlahnya relatif kecil dalam sampel penelitian. Meskipun demikian, responden dengan sumber dana beasiswa umumnya memiliki kecenderungan untuk lebih selektif dalam menggunakan dana, mengingat sifat dana tersebut yang seringkali memiliki tujuan tertentu, seperti untuk menunjang kebutuhan akademik.

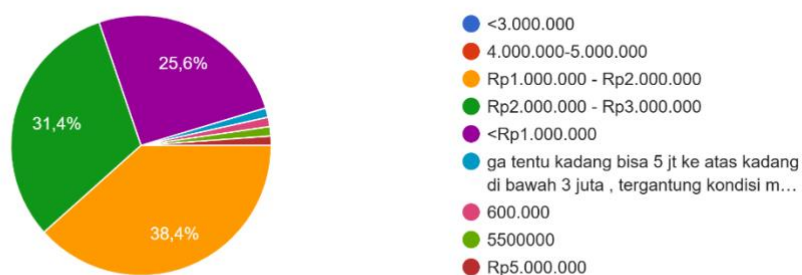
Dalam konteks penelitian ini, perbedaan sumber uang saku berpotensi memengaruhi hubungan antara literasi keuangan, pendapatan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Responden yang bergantung pada orang tua mungkin lebih rentan terhadap perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik. Sebaliknya, responden yang memiliki penghasilan sendiri cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan karena adanya kesadaran terhadap usaha yang dilakukan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Dengan demikian, karakteristik sumber uang saku dalam penelitian ini menjadi salah satu faktor deskriptif yang penting dalam mendukung interpretasi hasil analisis, khususnya dalam memahami bagaimana literasi keuangan dan kontrol diri berperan dalam membentuk perilaku konsumtif responden.

4.1.2.3 Pendapatan Perbulan

Gambar 4. 3 Pendapatan (Uang Saku) Perbulan

Pendapatan/Uang saku perbulan
86 jawaban



Sumber : Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan gambar distribusi pendapatan (uang saku) per bulan responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki tingkat pendapatan pada kategori menengah. Kelompok dengan pendapatan sebesar Rp1.000.000–Rp2.000.000 menempati proporsi terbesar yaitu 38,4%, diikuti oleh

responden dengan pendapatan Rp2.000.000–Rp3.000.000 sebesar 31,4%. Selanjutnya, responden dengan pendapatan di bawah Rp1.000.000 juga memiliki proporsi yang cukup signifikan, yakni sebesar 25,6%.

Sementara itu, kategori pendapatan di atas Rp3.000.000 memiliki persentase yang relatif kecil, menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil mahasiswa yang memiliki tingkat pendapatan tinggi. Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendapatan menengah ke bawah, yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi, khususnya dalam perilaku konsumtif di platform TikTok Shop.

4.1.3 Frekuensi Jawaban Responden

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu Perilaku Konsumtif (Y) Kontrol Diri (Z), Literasi Keuangan (X1), dan Pendapatan (X2). Deskripsi dari pernyataan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan penulis kepada responden.

4.1.3.1 Perilaku Konsumtif

Tabel 4. 1 Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif

No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	24,4%	25	29,1%	14	16,3%	8	9,3%	18	20,9%	86	100%
2	16	18,6%	26	31,4%	14	8,1%	13	11,6%	17	19,8%	86	100%
3	18	20,9%	14	32,6%	18	14%	15	8,1%	21	24,4%	86	100%
4	22	25,6%	19	25,6%	12	16,3%	12	11,6%	21	24,4%	86	100%
5	16	18,6%	31	30,2%	16	8,1%	7	12,8%	16	18,6%	86	100%
6	16	18,6%	16	24,4%	17	19,8%	16	10,5%	21	24,4%	86	100%
7	17	19,8%	19	36%	9	17,4%	17	11,6%	24	27,9%	86	100%

8	14	16,3%	13	15,1%	19	22,1%	16	18,6%	24	27,9%	86	100%
9	19	22,1%	17	19,8%	16	18,6%	11	12,8%	23	26,7%	86	100%
10	20	23,3%	19	22,1%	14	16,3%	6	7%	27	31,4%	86	100%
11	19	22,1%	17	19,8%	14	16,3%	12	14%	24	27,9%	86	100%

Berdasarkan Tabel 4.3, distribusi jawaban responden terhadap variabel perilaku konsumtif menunjukkan variasi tanggapan yang cukup beragam. Meskipun terdapat kecenderungan responden memilih kategori setuju (S) dan sangat setuju (SS), namun persentase pada kategori tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS) juga relatif tinggi pada beberapa pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden tidak bersifat homogen dan dipengaruhi oleh berbagai faktor.

1. Pada pernyataan Saya tertarik membeli produk karena adanya bonus atau hadiah tambahan. Sebanyak 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Setuju, 25 responden (29,1%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 8 responden (9,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebesar 53,5% responden memiliki ketertarikan untuk membeli produk karena adanya bonus atau hadiah tambahan. Namun, masih terdapat 16,3% responden yang kurang setuju, yang mengindikasikan bahwa tidak semua responden mudah terpengaruh oleh strategi promosi tersebut. Selain itu, sebanyak 30,2% responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju menunjukkan bahwa sebagian responden tidak menjadikan bonus atau hadiah tambahan sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian. Dalam

konteks penelitian, kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden tidak sepenuhnya didorong oleh faktor promosi semata, melainkan juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan kontrol diri. Responden yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan, sedangkan kontrol diri berperan penting dalam menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang bersifat impulsif meskipun terdapat insentif tambahan seperti bonus atau hadiah.

2. Pada pernyataan Saya sering membeli barang hanya karena terdapat promo hadiah menarik, sebanyak 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Setuju, 26 responden (31,4%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 13 responden (15,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 50% responden menunjukkan kecenderungan membeli barang karena adanya promo hadiah menarik. Namun, terdapat 16,3% responden yang kurang setuju serta 34,9% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, yang menunjukkan bahwa tidak seluruh responden mudah terpengaruh oleh strategi promosi tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun promo hadiah dapat menarik minat sebagian responden, intensitas pengaruhnya terhadap keputusan pembelian masih bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh faktor promosi, melainkan juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan

kemampuan kontrol diri. Literasi keuangan dapat membantu responden dalam memahami prioritas kebutuhan sehingga tidak mudah tergoda oleh penawaran promosi, sedangkan kontrol diri berperan penting dalam menahan dorongan pembelian yang bersifat impulsif meskipun terdapat insentif tambahan seperti hadiah menarik.

3. Pada pernyataan Saya cenderung membeli produk karena desain atau kemasannya menarik, sebanyak 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Setuju, 18 responden (20,9%) menjawab Kurang Setuju, 15 responden (17,4%) menjawab Tidak Setuju, dan 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 37,2% responden menunjukkan kecenderungan membeli produk karena desain atau kemasan yang menarik. Namun, terdapat 20,9% responden yang kurang setuju serta 41,8% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum sepenuhnya menjadikan desain atau kemasan produk sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian. Kondisi ini mengindikasikan bahwa daya tarik visual produk tidak selalu menjadi pertimbangan dominan bagi seluruh responden. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor estetika produk, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan kontrol diri. Responden yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam menentukan prioritas pembelian, sedangkan kontrol diri berperan dalam menghindari keputusan pembelian yang didasarkan pada daya tarik visual semata

tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat produk secara menyeluruh.

4. Pada pernyataan Kemasan yang unik membuat saya ingin membeli produk meskipun tidak terlalu dibutuhkan, sebanyak 22 responden (25,6%) menjawab Sangat Setuju, 19 responden (22,1%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 12 responden (14%) menjawab Tidak Setuju, dan 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 47,7% responden menunjukkan kecenderungan membeli produk karena kemasan yang unik meskipun tidak terlalu dibutuhkan. Namun, terdapat 14% responden yang kurang setuju serta 38,4% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua responden menjadikan kemasan sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian, sehingga terdapat variasi dalam preferensi konsumsi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun daya tarik visual produk dapat memengaruhi sebagian responden, namun tidak menjadi pertimbangan dominan bagi seluruh individu. Perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh aspek visual produk, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan kontrol diri. Literasi keuangan berperan dalam membantu responden memahami prioritas kebutuhan, sedangkan kontrol diri membantu dalam menahan dorongan pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan utama, sehingga pengelolaan keuangan dapat dilakukan secara lebih rasional dan bijak.
5. Pada pernyataan Saya membeli produk untuk menunjang penampilan

agar terlihat lebih baik, sebanyak 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Setuju, 31 responden (36%) menjawab Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 54,6% responden membeli produk untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih baik. Namun, terdapat 18,6% responden yang kurang setuju serta 26,7% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, yang menunjukkan bahwa tidak semua responden menjadikan penampilan sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat responden yang mempertimbangkan aspek kebutuhan dibandingkan aspek penunjang penampilan. Perilaku konsumtif tidak sepenuhnya didorong oleh keinginan untuk meningkatkan penampilan, melainkan juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan kontrol diri. Literasi keuangan berperan dalam membantu responden memahami prioritas pengeluaran, sedangkan kontrol diri penting dalam menahan dorongan pembelian yang bersifat non-esensial, sehingga keputusan konsumsi dapat dilakukan secara lebih rasional dan terukur.

6. Pada pernyataan Saya membeli barang tertentu agar tidak merasa kalah dengan orang lain, sebanyak 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Kurang Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 37,2% responden membeli barang tertentu agar tidak merasa

kalah dengan orang lain. Namun, terdapat 19,8% responden yang kurang setuju serta 43% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak sepenuhnya terdorong oleh faktor sosial dalam melakukan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa tekanan sosial bukan merupakan faktor dominan bagi mayoritas responden dalam menentukan keputusan konsumsi. Perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor sosial seperti keinginan untuk mengikuti orang lain, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan kontrol diri. Literasi keuangan berperan dalam membantu responden memahami prioritas kebutuhan, sedangkan kontrol diri membantu dalam menahan dorongan konsumsi yang didasarkan pada tekanan sosial, sehingga keputusan pembelian dapat dilakukan secara lebih rasional dan tidak semata-mata untuk memenuhi tuntutan lingkungan.

7. Pada pernyataan Saya membeli produk karena harganya murah meskipun tidak terlalu dibutuhkan, sebanyak 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Setuju, 19 responden (22,1%) menjawab Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Kurang Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 24 responden (27,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 41,9% responden membeli produk karena harganya murah meskipun tidak terlalu dibutuhkan. Namun, terdapat 10,5% responden yang kurang setuju serta 47,7% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak mudah terpengaruh oleh harga murah dalam melakukan

pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa harga bukan satu-satunya faktor dominan dalam keputusan konsumsi. Meskipun harga dapat menjadi daya tarik, namun literasi keuangan dan kontrol diri berperan penting dalam membantu responden membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga tidak mudah tergoda oleh harga murah untuk membeli barang yang tidak diperlukan.

8. Pada pernyataan Saya lebih mempertimbangkan harga daripada manfaat saat membeli barang, sebanyak 14 responden (16,3%) menjawab Sangat Setuju, 13 responden (15,1%) menjawab Setuju, 19 responden (22,1%) menjawab Kurang Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 24 responden (27,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 31,4% responden lebih mempertimbangkan harga daripada manfaat saat membeli barang. Namun, terdapat 22,1% responden yang kurang setuju serta 46,5% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak hanya berfokus pada harga, tetapi juga mempertimbangkan manfaat dari barang yang dibeli. Kondisi ini mengindikasikan bahwa responden cenderung memiliki pertimbangan rasional dalam konsumsi, yang dipengaruhi oleh literasi keuangan. Selain itu, kontrol diri membantu responden dalam menyeimbangkan antara pertimbangan harga dan manfaat agar keputusan pembelian tidak bersifat impulsif.
9. Pada pernyataan “*Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan barang bermerek*”, sebanyak 19 responden (22,1%) menjawab Sangat Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Setuju, 16 responden (18,6%)

menjawab Kurang Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 23 responden (26,7%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 41,9% responden merasa lebih percaya diri ketika menggunakan barang bermerek. Namun, terdapat 18,6% responden yang kurang setuju serta 39,5% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua responden menjadikan merek sebagai faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan diri. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor psikologis seperti kepercayaan diri tidak sepenuhnya mendorong perilaku konsumtif. Literasi keuangan membantu responden dalam memahami nilai guna barang, sedangkan kontrol diri berperan dalam menahan dorongan untuk membeli barang bermerek secara berlebihan.

10. Pada pernyataan Saya sering membeli beberapa produk sejenis meskipun sudah memiliki sebelumnya, sebanyak 20 responden (23,3%) menjawab Sangat Setuju, 19 responden (22,1%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 6 responden (7%) menjawab Tidak Setuju, dan 27 responden (31,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 45,4% responden sering membeli produk sejenis meskipun sudah memiliki sebelumnya. Namun, terdapat 16,3% responden yang kurang setuju serta 38,4% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih memiliki kecenderungan konsumtif, namun sebagian lainnya mampu mengontrol pembelian yang berlebihan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengendalikan

keinginan. Literasi keuangan membantu dalam memahami prioritas kebutuhan, sedangkan kontrol diri berperan dalam menghindari pembelian yang berulang dan tidak efisien.

11. Pada pernyataan Saya tertarik mencoba berbagai merek produk yang sama secara berlebihan, sebanyak 19 responden (22,1%) menjawab Sangat Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 12 responden (14%) menjawab Tidak Setuju, dan 24 responden (27,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 41,9% responden tertarik mencoba berbagai merek produk secara berlebihan. Namun, terdapat 16,3% responden yang kurang setuju serta 41,9% yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan untuk mencoba berbagai merek tidak sepenuhnya dimiliki oleh seluruh responden. Perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan untuk mencoba hal baru, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan dan kontrol diri. Responden yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih selektif dalam memilih produk, sehingga tidak mudah terdorong untuk mencoba berbagai merek secara berlebihan.

4.1.3.2 Literasi Keuangan

Tabel 4. 2 Skor Angket Untuk Variabel Literasi Keuangan

No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	24,4%	25	29,1%	14	16,3%	8	9,3%	18	20,9%	86	100%
2	16	18,6%	27	31,4%	14	16,3%	13	15,1%	17	19,8%	86	100%

3	18	20,9%	28	32,6%	12	14%	7	8,1%	18	20,9%	86	100%
4	25	29,1%	22	25,6%	14	16,3%	10	11,6%	15	17,4%	86	100%
5	27	31,4%	26	30,2%	7	8,1%	11	12,8%	15	17,4%	86	100%
6	28	32,6%	21	24,4%	17	19,8%	9	10,5%	11	12,8%	86	100%
7	15	17,4%	31	36%	15	17,4%	10	11,6%	15	17,4%	86	100%
8	21	24,4%	24	27,9%	18	20,9%	7	8,1%	16	18,6%	86	100%
9	20	23,3%	29	33,7%	13	15,1%	12	14%	12	14%	86	100%
10	20	23,3%	24	27,9%	19	22,1%	9	10,5%	14	16,3%	86	100%
11	29	33,7%	24	27,9%	11	12,8%	6	7%	16	18,6%	86	100%
12	31	36%	23	26,7%	12	14%	5	5,8%	15	17,4%	86	100%

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

1. Pada pernyataan Saya memahami konsep dasar pengelolaan keuangan pribadi, sebanyak 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Setuju, 25 responden (29,1%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 8 responden (9,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 53,5% responden menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep dasar pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki dasar literasi keuangan yang cukup memadai dalam memahami pengelolaan keuangan secara umum. Namun, terdapat 46,5% responden yang masih belum sepenuhnya memahami atau menerapkan konsep tersebut secara optimal. Dalam penelitian ini, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan pribadi menjadi fondasi penting yang dapat memengaruhi perilaku keuangan individu, termasuk dalam mengelola pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif. Selain itu, tingkat literasi keuangan yang baik juga dapat mendukung terbentuknya kontrol diri dalam pengambilan keputusan keuangan, sehingga

individu dapat lebih rasional dalam menentukan prioritas kebutuhan.

2. Pada pernyataan Saya mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan, sebanyak 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Setuju, 27 responden (31,4%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 13 responden (15,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 50% responden menunjukkan pemahaman yang baik terhadap pentingnya perencanaan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa setengah dari responden telah menyadari pentingnya perencanaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Namun, 50% responden lainnya masih belum sepenuhnya memahami atau menerapkan perencanaan keuangan secara optimal. Perencanaan keuangan merupakan aspek penting dalam membentuk perilaku keuangan yang terarah dan dapat mendukung pengelolaan pendapatan secara lebih efektif.
3. Pada pernyataan Saya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran, sebanyak 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Setuju, 28 responden (32,6%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 53,5% responden menunjukkan pemahaman yang baik terhadap perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki kemampuan dasar dalam membedakan prioritas pengeluaran. Namun, masih terdapat 46,5% responden yang belum sepenuhnya memahami konsep tersebut. Kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan sangat penting dalam menekan perilaku konsumtif serta meningkatkan efisiensi pengelolaan

keuangan.

4. Pada pernyataan Saya menyetor sebagian uang untuk ditabung secara rutin, sebanyak 25 responden (29,1%) menjawab Sangat Setuju, 22 responden (25,6%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 15 responden (17,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 54,7% responden secara rutin menyetor uang untuk ditabung. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki kebiasaan menabung secara rutin. Namun, 45,3% responden masih belum konsisten dalam menabung. Kebiasaan menabung merupakan indikator penting dari literasi keuangan yang dapat mendukung stabilitas keuangan serta kesiapan dalam menghadapi kebutuhan di masa depan.
5. Pada pernyataan Saya memiliki perencanaan khusus dalam menabung untuk masa depan, sebanyak 27 responden (31,4%) menjawab Sangat Setuju, 26 responden (30,2%) menjawab Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Kurang Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 15 responden (17,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 61,6% responden menunjukkan bahwa mereka memiliki perencanaan khusus dalam menabung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki orientasi keuangan jangka panjang. Namun, masih terdapat 38,4% responden yang belum memiliki perencanaan tersebut. Perencanaan menabung menjadi bagian penting dalam membentuk kesiapan finansial serta mendukung keputusan investasi di masa depan.
6. Pada pernyataan Saya lebih memilih menabung daripada menghabiskan uang untuk hal yang tidak penting, sebanyak 28 responden (32,6%) menjawab Sangat

Setuju, 21 responden (24,4%) menjawab Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Kurang Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Tidak Setuju, dan 11 responden (12,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 57% responden lebih memilih menabung dibandingkan pengeluaran yang tidak penting. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki prioritas keuangan yang cukup baik. Namun, masih terdapat 43% responden yang belum sepenuhnya memiliki kontrol dalam pengeluaran. Preferensi terhadap menabung mencerminkan tingkat kontrol diri yang berperan dalam menekan perilaku konsumtif.

7. Pada pernyataan "Saya mengetahui manfaat penggunaan asuransi dalam kehidupan sehari-hari", sebanyak 15 responden (17,4%) menjawab Sangat Setuju, 31 responden (36%) menjawab Setuju, 15 responden (17,4%) menjawab Kurang Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 15 responden (17,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 53,4% responden memahami manfaat asuransi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memahami fungsi asuransi sebagai perlindungan finansial. Namun, 46,6% responden masih belum memiliki pemahaman yang optimal. Pemahaman tentang asuransi merupakan bagian dari literasi keuangan yang penting dalam mengelola risiko keuangan.
8. Pada pernyataan "Saya memahami pentingnya perlindungan keuangan melalui asuransi", sebanyak 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Setuju, 24 responden (27,9%) menjawab Setuju, 18 responden (20,9%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 52,3% responden memahami

pentingnya perlindungan keuangan melalui asuransi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki kesadaran akan pentingnya proteksi finansial. Namun, masih terdapat 47,7% responden yang belum sepenuhnya memahami hal tersebut. Pemahaman ini penting untuk menjaga stabilitas keuangan individu di masa depan.

9. Pada pernyataan Saya mempertimbangkan memiliki asuransi untuk mengantisipasi risiko di masa depan, sebanyak 20 responden (23,3%) menjawab Sangat Setuju, 29 responden (33,7%) menjawab Setuju, 13 responden (15,1%) menjawab Kurang Setuju, 12 responden (14%) menjawab Tidak Setuju, dan 12 responden (14%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 57% responden mempertimbangkan untuk memiliki asuransi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mulai memiliki kesadaran terhadap manajemen risiko keuangan. Namun, masih terdapat 43% responden yang belum memiliki pertimbangan tersebut secara optimal.
10. Pada pernyataan Saya mengetahui berbagai jenis instrumen investasi, sebanyak 20 responden (23,3%) menjawab Sangat Setuju, 24 responden (27,9%) menjawab Setuju, 19 responden (22,1%) menjawab Kurang Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Tidak Setuju, dan 14 responden (16,3%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 51,2% responden mengetahui berbagai jenis instrumen investasi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki pengetahuan dasar tentang investasi. Namun, 48,8% responden masih belum memiliki pemahaman yang memadai.
11. Pada pernyataan Saya memahami pentingnya investasi untuk masa depan, sebanyak 29 responden (33,7%) menjawab Sangat Setuju, 24 responden

(27,9%) menjawab Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Kurang Setuju, 6 responden (7%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 61,6% responden memahami pentingnya investasi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki kesadaran akan pentingnya investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang.

12. Pada pernyataan Saya tertarik untuk melakukan investasi guna meningkatkan kondisi keuangan saya, sebanyak 31 responden (36%) menjawab Sangat Setuju, 23 responden (26,7%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 5 responden (5,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 15 responden (17,4%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 62,7% responden menunjukkan ketertarikan untuk melakukan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat untuk meningkatkan kondisi keuangan melalui investasi. Namun, masih terdapat 37,3% responden yang belum sepenuhnya memiliki ketertarikan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, minat investasi dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, pendapatan, serta kemampuan kontrol diri dalam mengelola keuangan.

4.1.3.3 Pendapatan

Tabel 4. 3 Skor Angket Untuk Variabel Pendapatan

No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	20,9%	27	31,4%	16	18,6%	11	12,8%	14	16,3%	86	100%
2	23	26,7%	23	26,7%	17	19,8%	7	8,1%	16	18,6%	86	100%
3	25	29,1%	26	30,2%	10	11,6%	8	9,3%	17	19,8%	86	100%

4	24	27,9%	23	26,7%	12	14%	11	12,8%	16	18,6%	86	100%
5	20	23,3%	30	34,9%	8	9,3%	11	12,8%	17	19,8%	86	100%
6	29	33,7%	23	26,7%	11	12,8%	7	8,1%	16	18,6%	86	100%
7	23	26,7%	28	32,6%	10	11,6%	12	14%	13	15,1%	86	100%
8	23	26,7%	27	31,4%	7	8,1%	16	18,6%	13	15,1%	86	100%
9	28	32,6%	21	24,4%	11	12,8%	10	11,6%	16	18,6%	86	100%
10	18	20,9%	29	33,7%	14	16,3%	12	14%	13	15,1%	86	100%
11	22	25,6%	25	29,1%	16	18,9%	6	7%	17	19,8%	86	100%
12	31	36%	23	26,7%	7	8,1%	7	8,1%	18	20,9%	86	100%

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Dari Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa mengenai pernyataan dari variabel Pendapatan adalah:

1. Pada pernyataan Jumlah uang saku yang saya terima setiap periode cukup untuk memenuhi kebutuhan saya, sebanyak 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Setuju, 27 responden (31,4%) menjawab Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Kurang Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 14 responden (16,3%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 52,3% responden merasa uang saku yang diterima cukup untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki tingkat kecukupan finansial yang relatif memadai dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kecukupan ini mencerminkan adanya keseimbangan antara jumlah uang saku yang diterima dengan kebutuhan yang harus dipenuhi. Namun, masih terdapat 47,7% responden yang belum sepenuhnya merasakan kecukupan tersebut, yang mengindikasikan adanya keterbatasan finansial pada sebagian responden. Dalam konteks penelitian ini, kecukupan uang saku menjadi faktor

fundamental dalam perilaku keuangan, karena individu yang belum mampu memenuhi kebutuhan dasar cenderung lebih fokus pada konsumsi dibandingkan investasi. Oleh karena itu, kondisi ini dapat memengaruhi rendahnya minat investasi meskipun individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik.

2. Pada pernyataan Saya menerima uang saku dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari, sebanyak 23 responden (26,7%) menjawab Sangat Setuju, 23 responden (26,7%) menjawab Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 53,4% responden merasa jumlah uang saku yang diterima sesuai dengan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden telah memiliki kesesuaian antara pendapatan dan kebutuhan konsumsi. Kesesuaian ini penting dalam menciptakan stabilitas keuangan individu. Namun, masih terdapat 46,6% responden yang belum merasakan kesesuaian tersebut, yang berarti terdapat ketidakseimbangan antara kebutuhan dan jumlah uang saku yang diterima. Dalam konteks penelitian ini, ketidaksesuaian tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, terutama jika individu tidak memiliki kontrol diri yang baik. Selain itu, kondisi ini juga dapat membatasi kemampuan individu dalam menyisihkan dana untuk tabungan maupun investasi.
3. Pada pernyataan Saya menerima uang saku secara rutin (harian/mingguan/bulanan), sebanyak 25 responden (29,1%) menjawab Sangat Setuju, 26 responden (30,2%) menjawab Setuju, 10 responden

(11,6%) menjawab Kurang Setuju, 8 responden (9,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 59,3% responden menerima uang saku secara rutin. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pola penerimaan uang saku yang relatif teratur, yang dapat membantu dalam perencanaan keuangan jangka pendek. Namun, terdapat 40,7% responden yang belum menerima uang saku secara rutin, yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian dalam pengelolaan keuangan. Dalam konteks penelitian ini, keteraturan pendapatan sangat penting karena dapat memengaruhi kemampuan individu dalam membuat anggaran, mengontrol pengeluaran, serta menentukan alokasi dana untuk investasi.

4. Pada pernyataan Pemberian uang saku yang saya terima memiliki jadwal yang jelas dan teratur, sebanyak 24 responden (27,9%) menjawab Sangat Setuju, 23 responden (26,7%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 54,6% responden menyatakan bahwa pemberian uang saku memiliki jadwal yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki kepastian waktu dalam menerima pendapatan. Kepastian ini sangat penting dalam mendukung disiplin keuangan dan pengendalian pengeluaran. Namun, masih terdapat 45,4% responden yang belum merasakan keteraturan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, ketidakjelasan jadwal penerimaan uang saku dapat menyebabkan ketidakstabilan dalam pengelolaan keuangan dan berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif

akibat kurangnya perencanaan yang matang.

5. Pada pernyataan Saya mendapatkan tambahan uang saku ketika ada kebutuhan mendesak, sebanyak 20 responden (23,3%) menjawab Sangat Setuju, 30 responden (34,9%) menjawab Setuju, 8 responden (9,3%) menjawab Kurang Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 58,2% responden mendapatkan tambahan uang saku saat kondisi mendesak. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki akses terhadap sumber dana tambahan ketika menghadapi kebutuhan mendesak. Namun, terdapat 41,8% responden yang belum memiliki dukungan tersebut, yang dapat menyebabkan kesulitan dalam menghadapi kondisi darurat. Dalam konteks penelitian ini, ketersediaan dana tambahan dapat mengurangi tekanan finansial, namun di sisi lain juga berpotensi menurunkan disiplin keuangan apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik.
6. Pada pernyataan Orang tua/keluarga saya memberikan uang tambahan saat saya menghadapi kebutuhan tak terduga, sebanyak 29 responden (33,7%) menjawab Sangat Setuju, 23 responden (26,7%) menjawab Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 60,4% responden mendapatkan dukungan finansial dari keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden masih bergantung pada dukungan keluarga dalam memenuhi kebutuhan tak terduga. Namun, masih terdapat 39,6% responden yang belum sepenuhnya mendapatkan dukungan tersebut. Dalam konteks penelitian ini,

ketergantungan terhadap keluarga dapat memengaruhi kemandirian finansial individu, yang pada akhirnya juga berdampak pada kemampuan dalam mengambil keputusan investasi secara mandiri.

7. Pada pernyataan Saya merasa uang saku yang saya terima sudah mencukupi kebutuhan saya, sebanyak 23 responden (26,7%) menjawab Sangat Setuju, 28 responden (32,6%) menjawab Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Kurang Setuju, 12 responden (14%) menjawab Tidak Setuju, dan 13 responden (15,1%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 59,3% responden merasa uang saku sudah mencukupi kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap kecukupan pendapatan. Namun, masih terdapat 40,7% responden yang belum merasakan hal tersebut. Dalam konteks penelitian ini, persepsi kecukupan pendapatan sangat berpengaruh terhadap perilaku keuangan, karena individu yang merasa cukup cenderung lebih mudah mengalokasikan dana untuk tabungan dan investasi.
8. Pada pernyataan Saya jarang merasa kekurangan uang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebanyak 23 responden (26,7%) menjawab Sangat Setuju, 27 responden (31,4%) menjawab Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Kurang Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 13 responden (15,1%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 58,1% responden jarang mengalami kekurangan uang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kondisi keuangan yang relatif stabil dalam memenuhi kebutuhan harian. Namun, masih terdapat 41,9% responden yang sering mengalami keterbatasan keuangan. Dalam konteks

penelitian ini, kondisi kekurangan finansial dapat menjadi penghambat dalam membentuk minat investasi, karena prioritas utama individu masih berada pada pemenuhan kebutuhan dasar.

9. Pada pernyataan Uang saku yang saya terima berasal dari sumber yang jelas (orang tua/keluarga), sebanyak 28 responden (32,6%) menjawab Sangat Setuju, 21 responden (24,4%) menjawab Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Kurang Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 57% responden memiliki sumber uang saku yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kepastian sumber pendapatan. Namun, masih terdapat 43% responden yang belum memiliki sumber yang stabil atau jelas. Dalam konteks penelitian ini, kejelasan sumber pendapatan sangat penting dalam membentuk rasa aman finansial yang dapat mendorong keberanian untuk berinvestasi.
10. Pada pernyataan Saya memiliki lebih dari satu sumber pendapatan selain uang saku utama, sebanyak 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Setuju, 29 responden (33,7%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 12 responden (14%) menjawab Tidak Setuju, dan 13 responden (15,1%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 54,6% responden memiliki lebih dari satu sumber pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki diversifikasi sumber pendapatan. Ini dapat meningkatkan kemampuan finansial dan memperbesar peluang untuk berinvestasi.
11. Pada pernyataan Saya mengatur penggunaan uang saku dengan membuat

anggaran, sebanyak 22 responden (25,6%) menjawab Sangat Setuju, 25 responden (29,1%) menjawab Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Kurang Setuju, 6 responden (7%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 54,7% responden mengatur uang saku dengan anggaran. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah menerapkan perencanaan keuangan dalam pengelolaan uang saku. Namun, masih terdapat 45,3% responden yang belum melakukan pengelolaan secara optimal. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan membuat anggaran sangat penting dalam mengendalikan pengeluaran dan meningkatkan efisiensi keuangan.

12. Pada pernyataan Saya menyisihkan sebagian uang saku untuk ditabung, sebanyak 31 responden (36%) menjawab Sangat Setuju, 23 responden (26,7%) menjawab Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 18 responden (20,9%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 62,7% responden menyisihkan uang saku untuk ditabung. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki kebiasaan menabung sebagai bagian dari pengelolaan keuangan. Kebiasaan ini merupakan indikator penting dalam kesiapan finansial serta menjadi dasar dalam membentuk minat investasi di masa depan. Namun, masih terdapat 37,3% responden yang belum konsisten dalam menabung.

4.1.3.4 Kontrol Diri

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel perilaku keuangan yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Skor Angket Untuk Variabel Kontrol Diri

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	24	27,9%	25	29,1%	12	14%	11	12,8%	14	16,3%	86	100%
2	19	22,1%	25	29,1%	15	17,4%	14	16,3%	13	15,1%	86	100%
3	22	25,6%	20	23,3%	17	19,8%	7	8,1%	29	23,3%	86	100%
4	21	24,4%	29	33,7%	12	14%	10	11,6%	14	16,3%	86	100%
5	23	26,7%	23	26,7%	14	16,3%	9	10,5%	17	19,8%	86	100%
6	19	22,1%	29	33,7%	12	14%	14	16,3%	12	14%	86	100%
7	25	29,1%	30	34,9%	7	8,1%	8	9,3%	16	18,6%	86	100%
8	23	26,7%	29	33,7%	10	11,6%	7	8,1%	17	19,8%	86	100%
9	27	31,4%	21	24,4%	16	18,6%	10	11,6%	12	14%	86	100%
10	25	29,1%	30	34,9%	10	11,6%	9	10,5%	12	14%	86	100%
11	20	23,3%	25	29,1%	13	15,1%	9	10,5%	19	22,1%	86	100%
12	25	29,1%	31	36%	9	10,5%	8	9,3%	13	15,1%	86	100%

Berdasarkan Tabel 4.6, distribusi jawaban menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S). Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kontrol diri responden dalam pengelolaan keuangan tergolong cukup baik. Berikut pembahasan masing-masing pernyataan:

1. Pada pernyataan “Saya mampu mengontrol pengeluaran agar tidak berlebihan”, sebanyak 24 responden (27,9%) menjawab Sangat Setuju, 25 responden (29,1%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 11 responden (12,8%) menjawab Tidak Setuju, dan 14 responden (16,3%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 57% responden menunjukkan kemampuan dalam mengontrol pengeluaran. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mampu mengendalikan pengeluaran agar tidak berlebihan. Namun, masih terdapat

43% responden yang belum sepenuhnya mampu mengontrol pengeluaran secara optimal. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan mengendalikan pengeluaran merupakan aspek penting dari kontrol diri karena berpengaruh langsung terhadap kemampuan individu dalam menyisihkan pendapatan untuk tabungan maupun investasi.

2. Pada pernyataan “Saya membatasi pengeluaran hanya untuk kebutuhan penting”, sebanyak 19 responden (22,1%) menjawab Sangat Setuju, 25 responden (29,1%) menjawab Setuju, 15 responden (17,4%) menjawab Kurang Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 13 responden (15,1%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 51,2% responden mampu membatasi pengeluaran pada kebutuhan penting. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki prioritas dalam pengeluaran, namun masih terdapat 48,8% responden yang belum sepenuhnya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam penelitian ini, kemampuan membatasi pengeluaran menjadi indikator penting dalam mengurangi perilaku konsumtif.
3. Pada pernyataan “Saya menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak diperlukan”, sebanyak 22 responden (25,6%) menjawab Sangat Setuju, 20 responden (23,3%) menjawab Setuju, 17 responden (19,8%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 20 responden (23,3%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 48,9% responden mampu menahan diri dari pembelian yang tidak diperlukan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan menahan diri masih relatif rendah karena lebih dari separuh responden belum sepenuhnya mampu

mengendalikan keinginan konsumtif. Dalam konteks penelitian, kondisi ini berpotensi menghambat alokasi dana untuk investasi.

4. Pada pernyataan “Saya membuat rencana anggaran sebelum menggunakan uang”, sebanyak 21 responden (24,4%) menjawab Sangat Setuju, 29 responden (33,7%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 14 responden (16,3%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 58,1% responden membuat anggaran sebelum menggunakan uang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki perencanaan keuangan, namun masih terdapat 41,9% yang belum melakukan perencanaan secara konsisten. Dalam penelitian ini, perencanaan anggaran merupakan dasar dalam pengelolaan keuangan yang efektif.
5. Pada pernyataan “Saya mencatat pengeluaran agar sesuai dengan anggaran”, sebanyak 23 responden (26,7%) menjawab Sangat Setuju, 23 responden (26,7%) menjawab Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Kurang Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 53,4% responden mencatat pengeluaran mereka. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah menerapkan kontrol keuangan melalui pencatatan, namun masih terdapat 46,6% responden yang belum melakukan pencatatan secara optimal. Pencatatan keuangan sangat penting dalam mengontrol pengeluaran dan mengevaluasi kondisi keuangan.
6. Pada pernyataan “Saya berusaha mengikuti anggaran yang telah saya buat”, sebanyak 19 responden (22,1%) menjawab Sangat Setuju, 29 responden

(33,7%) menjawab Setuju, 12 responden (14%) menjawab Kurang Setuju, 14 responden (16,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 12 responden (14%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 55,8% responden berusaha mengikuti anggaran. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden telah berupaya disiplin dalam menjalankan anggaran, meskipun masih terdapat 44,2% yang belum konsisten.

7. Pada pernyataan “Saya merencanakan pembelian sebelum membeli suatu barang”, sebanyak 25 responden (29,1%) menjawab Sangat Setuju, 30 responden (34,9%) menjawab Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Kurang Setuju, 8 responden (9,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 16 responden (18,6%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 64% responden melakukan perencanaan sebelum pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki kebiasaan perencanaan dalam konsumsi, yang dapat membantu mengurangi pembelian impulsif.
8. Pada pernyataan “Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum memutuskan membeli”, sebanyak 23 responden (26,7%) menjawab Sangat Setuju, 29 responden (33,7%) menjawab Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Kurang Setuju, 7 responden (8,1%) menjawab Tidak Setuju, dan 17 responden (19,8%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 60,4% responden mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menunjukkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan keuangan.
9. Pada pernyataan “Saya tidak membeli barang secara spontan tanpa

perencanaan”, sebanyak 27 responden (31,4%) menjawab Sangat Setuju, 21 responden (24,4%) menjawab Setuju, 16 responden (18,6%) menjawab Kurang Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Tidak Setuju, dan 12 responden (14%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 55,8% responden mampu menghindari pembelian spontan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah mampu mengendalikan impuls pembelian, meskipun masih terdapat responden yang belum sepenuhnya mampu menahan diri.

10. Pada pernyataan “Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum membeli barang yang diinginkan”, sebanyak 25 responden (29,1%) menjawab Sangat Setuju, 30 responden (34,9%) menjawab Setuju, 10 responden (11,6%) menjawab Kurang Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Tidak Setuju, dan 12 responden (14%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 64% responden mempertimbangkan pembelian dengan matang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menunjukkan sikap rasional dalam pengambilan keputusan konsumsi.
11. Pada pernyataan “Saya tidak mudah tergoda untuk langsung membeli barang yang menarik perhatian”, sebanyak 20 responden (23,3%) menjawab Sangat Setuju, 25 responden (29,1%) menjawab Setuju, 13 responden (15,1%) menjawab Kurang Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Tidak Setuju, dan 19 responden (22,1%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 52,4% responden tidak mudah tergoda. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden telah mampu mengendalikan dorongan konsumtif, namun masih terdapat hampir setengah responden yang mudah

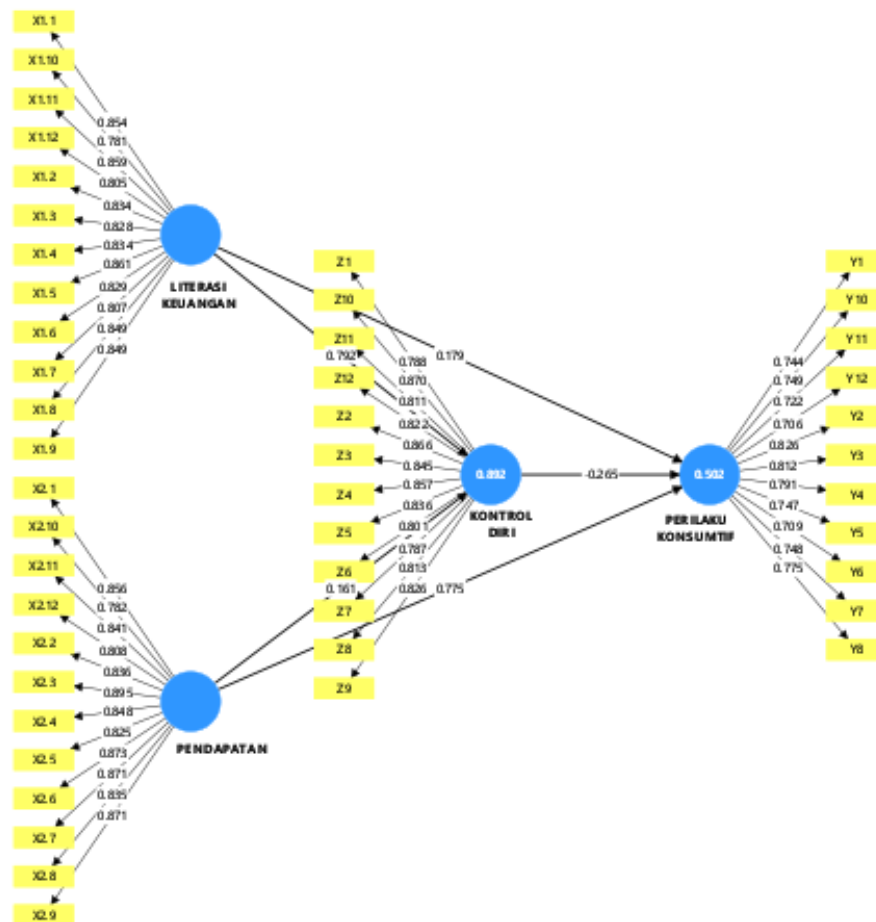
terpengaruh oleh stimulus eksternal seperti promosi atau tampilan produk.

12. Pada pernyataan “Saya menunda pembelian jika merasa barang tersebut belum terlalu dibutuhkan”, sebanyak 25 responden (29,1%) menjawab Sangat Setuju, 31 responden (36%) menjawab Setuju, 9 responden (10,5%) menjawab Kurang Setuju, 8 responden (9,3%) menjawab Tidak Setuju, dan 13 responden (15,1%) menjawab Sangat Tidak Setuju. Sebanyak 65,1% responden mampu menunda pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kontrol diri yang baik dalam menunda keinginan konsumsi. Kemampuan ini merupakan indikator penting dalam pengelolaan keuangan yang sehat dan berperan besar dalam meningkatkan peluang untuk menabung maupun berinvestasi.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Jalur (Path Analysis)

Dalam pengujian ini terdapat dua tahapan, yaitu pengujian hipotesis pengaruh langsung dan pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung. Adapun koefisien-koefisien jalur pengujian hipotesis terdapat pada gambar dibawah ini



Gambar 4. 4 Analisis Jalur (Path Analysis

4.2.1.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect Hypothesis)

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara langsung tanpa melalui variabel intervening. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (*path coefficient*), nilai *t-statistics*, dan nilai probabilitas (*p-value*) yang diperoleh dari hasil *bootstrapping* pada SmartPLS. Interpretasi arah hubungan didasarkan pada nilai koefisien jalur, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila nilai koefisien jalur bernilai positif, maka peningkatan pada suatu variabel akan diikuti oleh peningkatan pada variabel lainnya.
- Apabila nilai koefisien jalur bernilai negatif, maka peningkatan pada suatu

variabel akan diikuti oleh penurunan pada variabel lainnya.

Selanjutnya, pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai *t-statistics* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel.
- b. Jika nilai *t-statistics* $< 1,96$ dan *p-value* $> 0,05$, maka H_0 tidak ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel.

Tabel 4. 5 Direct Effect Hypothesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.265	-0.271	0.238	1.116	0.265
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.792	0.790	0.121	6.531	0.000
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.031	-0.019	0.225	0.137	0.891
Pendapatan -> Kontrol Diri	0.161	0.164	0.123	1.310	0.190
Pendapatan -> Perilaku Konsumtif	0.732	0.725	0.205	3.565	0.000

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung pada Tabel 4.9 , diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Kontrol Diri (Z) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Nilai Original Sample (O) sebesar -0,265, nilai *t-statistics* sebesar 1,116, dan nilai *p-values* sebesar 0,265. Hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki arah pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi kontrol diri, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Namun, karena nilai *t-statistics* $< 1,96$ dan *p-value* $> 0,05$, maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki kemampuan mengendalikan diri, faktor tersebut

belum tentu secara langsung mampu menekan perilaku konsumtif. Dalam konteks penelitian ini, kemungkinan terdapat faktor lain seperti gaya hidup, lingkungan sosial, atau kebiasaan konsumsi yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Kontrol Diri (Z). Nilai Original Sample (O) sebesar 0,792, nilai t-statistics sebesar 6,531, dan nilai p-values sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Koefisien sebesar 0,792 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan secara kuat meningkatkan kemampuan kontrol diri responden dalam mengelola keuangan. Artinya, semakin baik pemahaman individu mengenai keuangan, maka semakin tinggi pula kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran, membuat perencanaan, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional. Dalam penelitian ini, temuan ini sangat penting karena menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk perilaku disiplin dalam pengelolaan keuangan.
3. Pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Nilai Original Sample (O) sebesar -0,031, nilai t-statistics sebesar 0,137, dan nilai p-values sebesar 0,891. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki arah pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Namun, karena nilai t-statistics $< 1,96$ dan p-value $> 0,05$, maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif. Artinya, meskipun individu memiliki pengetahuan keuangan yang baik, hal tersebut belum tentu langsung mengubah perilaku konsumsi. Dalam

konteks penelitian ini, kemungkinan kontrol diri berperan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan tersebut.

4. Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap Kontrol Diri (Z). Nilai Original Sample (O) sebesar 0,161, nilai t-statistics sebesar 1,310, dan nilai p-values sebesar 0,190. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki arah pengaruh positif terhadap kontrol diri, yang berarti semakin tinggi pendapatan, maka kontrol diri cenderung meningkat. Namun, karena nilai t-statistics $< 1,96$ dan p-value $> 0,05$, maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pendapatan tidak secara langsung menentukan kemampuan individu dalam mengendalikan keuangan. Dalam penelitian ini, kontrol diri lebih dipengaruhi oleh faktor internal seperti literasi keuangan dibandingkan faktor eksternal seperti pendapatan.
5. Pengaruh Pendapatan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Nilai Original Sample (O) sebesar 0,732, nilai t-statistics sebesar 3,565, dan nilai p-values sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien sebesar 0,732 menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan secara kuat meningkatkan perilaku konsumtif responden. Artinya, semakin tinggi pendapatan yang dimiliki, maka semakin besar pula kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi, termasuk konsumsi yang bersifat tidak esensial. Dalam konteks penelitian ini, pendapatan menjadi faktor yang mendorong meningkatnya daya beli, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik.

4.2.1.2 Pengaruh Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Specific Indirect Effects)

Pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel intervening (mediasi). Dalam penelitian ini, variabel Kontrol Diri (Z) berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Literasi Keuangan (X1) dan Pendapatan (X2) terhadap Perilaku Keuangan (Y). Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan dengan melihat nilai *Specific Indirect Effects* pada hasil *bootstrapping*. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai *T-statistics* dan *P-values*, yaitu:

6. Jika nilai *T-statistics* $> 1,96$ dan *P-values* $< 0,05$, maka pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan.
7. Jika nilai *T-statistics* $\leq 1,96$ dan *P-values* $\geq 0,05$, maka pengaruh tidak langsung dinyatakan tidak signifikan.

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Specific Indirect Effects

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.210	-0.213	0.194	1.086	0.278
Pendapatan -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.043	-0.046	0.058	0.738	0.461

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung pada Tabel 4.9 , diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai *Original Sample* (O) sebesar -0,031, nilai *T-statistics* sebesar 0,137, dan nilai *P-values* sebesar 0,891. Nilai *T-statistics* lebih kecil dari 1,96 dan *P-values* lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien sebesar -0,031 menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki arah hubungan negatif, namun sangat lemah. Artinya, peningkatan literasi keuangan belum mampu secara nyata menurunkan perilaku konsumtif. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan bukan merupakan faktor utama yang secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif.
2. Nilai *Original Sample* (O) sebesar 0,792, nilai *T-statistics* sebesar 6,531, dan nilai *P-values* sebesar 0,000. Nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-values* lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Koefisien sebesar 0,792 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan secara kuat meningkatkan kemampuan kontrol diri individu dalam mengelola keuangan. Hal ini berarti pemahaman keuangan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk perilaku disiplin dalam pengambilan keputusan keuangan.
3. Nilai *Original Sample* (O) sebesar 0,732, nilai *T-statistics* sebesar 3,565, dan nilai *P-values* sebesar 0,000. Karena nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-values* lebih kecil dari 0,05, maka pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien sebesar 0,732 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pendapatan akan meningkatkan perilaku konsumtif secara cukup kuat. Artinya, semakin tinggi pendapatan individu, maka semakin

tinggi pula kecenderungan untuk melakukan konsumsi, termasuk konsumsi yang bersifat berlebihan.

4. Nilai *Original Sample* (O) sebesar 0,161, nilai *T-statistics* sebesar 1,310, dan nilai *P-values* sebesar 0,190. Karena nilai *T-statistics* lebih kecil dari 1,96 dan *P-values* lebih besar dari 0,05, maka pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Koefisien sebesar 0,161 menunjukkan arah hubungan positif, namun pengaruhnya lemah. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pendapatan tidak secara langsung meningkatkan kemampuan individu dalam mengendalikan diri.
5. Nilai *Original Sample* (O) sebesar -0,265, nilai *T-statistics* sebesar 1,116, dan nilai *P-values* sebesar 0,265. Karena nilai *T-statistics* lebih kecil dari 1,96 dan *P-values* lebih besar dari 0,05, maka kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien sebesar -0,265 menunjukkan arah hubungan negatif, yang berarti semakin tinggi kontrol diri maka kecenderungan perilaku konsumtif menurun, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk dinyatakan signifikan.

4.2.1.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Total (Total Effect)

Pengaruh total (*total effect*) merupakan keseluruhan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik melalui jalur langsung maupun jalur tidak langsung melalui variabel intervening. Dalam penelitian ini, pengaruh total digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi literasi keuangan dan pendapatan terhadap minat investasi dengan mempertimbangkan peran kontrol diri sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun kriteria dalam menentukan pengaruh total adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai T Statistik $> 1,96$ maka dapat dikatakan signifikan.
- b. Jika nilai T Statistik $< 1,96$ maka dapat dikatakan tidak signifikan.
- c. Jika nilai P Values $> 0,05$ maka memiliki pengaruh negatif.
- d. Jika nilai P Values $< 0,05$ maka memiliki pengaruh positif.

Berdasarkan hasil pengujian sebelumnya (*direct effect* dan *indirect effect*), maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Total Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.265	-0.271	0.238	1.116	0.265
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.792	0.790	0.121	6.531	0.000
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.031	-0.019	0.225	0.137	0.891
Pendapatan -> Kontrol Diri	0.161	0.164	0.123	1.310	0.190
Pendapatan -> Perilaku Konsumtif	0.732	0.725	0.205	3.565	0.000

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4. 11 tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai *Original Sample* (O) sebesar -0,031 menunjukkan arah pengaruh negatif. Nilai *T-statistics* sebesar 0,137 ($< 1,96$) dan *P-values* sebesar 0,891 ($> 0,05$). Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien sebesar -0,031 menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif, namun pengaruh tersebut sangat lemah dan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai

pengelolaan keuangan belum mampu secara langsung menekan perilaku konsumtif responden.

2. Nilai *Original Sample* sebesar 0,792 dengan *T-statistics* 6,531 ($> 1,96$) dan *P-values* 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Artinya, semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran, menunda konsumsi, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan berperan kuat dalam membentuk variabel intervening yaitu kontrol diri.
3. Nilai *Original Sample* sebesar 0,732 dengan *T-statistics* 3,565 ($> 1,96$) dan *P-values* 0,000 ($< 0,05$). Berdasarkan kriteria, maka pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien sebesar 0,732 menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan secara signifikan akan meningkatkan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan yang dimiliki individu, maka semakin besar kecenderungan untuk melakukan konsumsi, termasuk konsumsi yang bersifat berlebihan.
4. Nilai *Original Sample* sebesar 0,161 dengan *T-statistics* 1,310 ($< 1,96$) dan *P-values* 0,190 ($> 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Meskipun memiliki arah hubungan positif, namun peningkatan pendapatan tidak secara nyata meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola dan mengendalikan keuangan pribadi.
5. Nilai *Original Sample* sebesar -0,265 dengan *T-statistics* 1,116 ($< 1,96$) dan *P-*

values 0,265 ($> 0,05$). Berdasarkan kriteria, kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien -0,265 menunjukkan arah negatif, yang berarti semakin tinggi kontrol diri maka kecenderungan perilaku konsumtif menurun, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk dinyatakan signifikan.

4.2.2 Analisis Outer Model

Metode SEM berbasis PLS dalam pengolahan data memerlukan dua tahap untuk menilai kesesuaian model penelitian. Salah satu tahap tersebut adalah analisis *outer model*, yang bertujuan untuk mengevaluasi apakah pengukuran yang digunakan sudah valid. Penilaian model pengukuran indikator mencakup pemeriksaan reliabilitas *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

4.2.2.1 Convergent Validity

Pengujian validitas konvergen dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan variabel laten yang diukur secara memadai. Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* masing-masing indikator terhadap konstraknya. Indikator dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,70$, sedangkan nilai antara 0,40–0,70 masih dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan sepanjang tidak menurunkan kualitas konstruk secara keseluruhan (Hair Jr et al, 2021). Hasil pengujian validitas konvergen berdasarkan pengolahan data menggunakan metode PLS Algorithm pada SmartPLS disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 8 Outer Loading

	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Pendapatan	Perilaku Konsumtif
X1.1		0.854		

X1.10		0.781		
X1.11		0.859		
X1.12		0.805		
X1.2		0.834		
X1.3		0.828		
X1.4		0.834		
X1.5		0.861		
X1.6		0.829		
X1.7		0.807		
X1.8		0.849		
X1.9		0.849		
X2.1			0.856	
X2.10			0.782	
X2.11			0.841	
X2.12			0.808	
X2.2			0.836	
X2.3			0.895	
X2.4			0.848	
X2.5			0.825	
X2.6			0.873	
X2.7			0.871	
X2.8			0.835	
X2.9			0.871	
Y1				0.744
Y10				0.749
Y11				0.722
Y12				0.706
Y2				0.826
Y3				0.812
Y4				0.791
Y5				0.747
Y6				0.709
Y7				0.748
Y8				0.775
Z1	0.788			
Z10	0.870			
Z11	0.811			
Z12	0.822			
Z2	0.866			
Z3	0.845			
Z4	0.857			
Z5	0.836			
Z6	0.801			
Z7	0.787			
Z8	0.813			
Z9	0.826			

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa :

1. Nilai *outer loading* untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) lebih besar dari 0,7 maka semua indikator pada variabel Perilaku Konsumtif (Y) dinyatakan Valid.
2. Nilai *outer loading* untuk variabel Kontrol Diri (Z) lebih besar dari 0,7 maka semua indikator pada variabel Kontrol Diri (Z) dinyatakan valid.
3. Nilai *outer loading* untuk variabel Literasi Keuangan (X1) lebih besar dari 0,7 maka semua indikator pada variabel Literasi Keuangan (X1) dinyatakan valid.
4. Nilai *outer loading* untuk variabel Pendapatan (X2) lebih besar dari 0,7 maka semua indikator pada variabel Pendapatan (X2) dinyatakan valid.

Hal ini mengindikasikan bahwa indikator/ Pernyataan yang digunakan berhasil mengukur korelasi antara skor indikator/ pernyataan dengan konstruk/ variabel, sehingga mendukung validitas konstruk pengukuran model

4.2.2.2 Reliabilitas dan Validitas Konstruk (Construct Reliability and Validity)

Pengujian reliabilitas konstruk bertujuan untuk menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur variabel laten. Konsistensi internal menunjukkan sejauh mana indikator dalam satu konstruk memberikan hasil yang stabil dan saling mendukung dalam satu pengukuran. Evaluasi reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* mengasumsikan bahwa seluruh indikator memiliki bobot yang sama, sedangkan *Composite Reliability* memperhitungkan bobot masing-masing indikator sesuai

kontribusinya terhadap konstruk. Oleh karena itu, *Composite Reliability* dianggap lebih tepat dalam model PLS. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,60. Selain reliabilitas, validitas konstruk juga dinilai melalui *Average Variance Extracted* (AVE). Konstruk dinyatakan memiliki validitas yang baik apabila nilai AVE lebih dari 0,50. Hasil pengujian reliabilitas dan validitas konstruk disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 9 Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kontrol Diri	0.958	0.959	0.963	0.685
Literasi Keuangan	0.960	0.960	0.964	0.694
Pendapatan	0.964	0.964	0.968	0.715
Perilaku Konsumtif	0.928	0.940	0.937	0.575

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.13 diatas data analisis konsistensi internal yang diperoleh dapat dilihat bahwa:

1. Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,960 dan *Composite Reliability* sebesar 0,964, dengan nilai AVE sebesar 0,694. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan telah memenuhi kriteria reliabilitas ($CR > 0,60$) dan validitas konstruk ($AVE > 0,50$).
2. Pendapatan (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,964 dan *Composite Reliability* sebesar 0,968, serta nilai AVE sebesar 0,715. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pendapatan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dan mampu menjelaskan varians indikator secara memadai.
3. Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,928

dan *Composite Reliability* sebesar 0,937 dengan nilai AVE sebesar 0,575. Dengan demikian, variabel Perilaku Konsumtif dinyatakan reliabel dan memiliki validitas konstruk yang baik.

4. Kontrol Diri (Z) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,958 dan *Composite Reliability* sebesar 0,963, serta nilai AVE sebesar 0,685. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konstruk.

4.2.2.3 Validitas Diskriminan (Discriminat Validity)

Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan yang baik ditunjukkan ketika suatu konstruk mampu menjelaskan indikatornya sendiri secara lebih kuat dibandingkan dengan konstruk lain. Pengujian dilakukan menggunakan nilai *Heterotrait–Monotrait Ratio of Correlation* (HTMT). Suatu variabel dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai HTMT < 0,90. Apabila seluruh nilai HTMT berada di bawah batas tersebut, maka konstruk dalam penelitian ini dinyatakan valid secara diskriminan. Hasil pengujian validitas diskriminan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 10 Discriminat Validity

Variabel	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Pendapatan
Kontrol Diri			
Literasi Keuangan	0.981		
Pendapatan	0.935	0.970	
Perilaku Konsumtif	0.596	0.646	0.695

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menunjukkan hasil korelasi *Heterotrait – Monotrait Ratio Of Correlation* (HTMT) maka:

1. Nilai korelasi *Heterotrait–Monotrait Ratio of Correlation* (HTMT) variabel

Kontrol Diri (Z) dengan Literasi Keuangan (X1) sebesar $0,981 > 0,900$, yang berarti tidak memenuhi kriteria validitas diskriminan. Selanjutnya, nilai korelasi Kontrol Diri (Z) dengan Pendapatan (X2) sebesar $0,835 < 0,900$, serta korelasi Kontrol Diri (Z) dengan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,596 < 0,900$. Dengan demikian, sebagian nilai korelasi Kontrol Diri (Z) dinyatakan valid, namun terdapat satu hubungan yang tidak valid.

2. Nilai korelasi *Heterotrait–Monotrait Ratio of Correlation* (HTMT) variabel Literasi Keuangan (X1) dengan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,646 < 0,900$. Namun, karena terdapat hubungan dengan Kontrol Diri (Z) sebesar $0,981 > 0,900$, maka Literasi Keuangan (X1) belum sepenuhnya memenuhi kriteria validitas diskriminan.
3. Nilai korelasi *Heterotrait–Monotrait Ratio of Correlation* (HTMT) variabel Pendapatan (X2) dengan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,695 < 0,900$. Dengan demikian seluruh nilai korelasi Pendapatan (X2) dinyatakan valid.

4.2.3 Analisis Inner Model

4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

R-Square merupakan ukuran yang menunjukkan proporsi variasi variabel dependen (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (eksogen). Indikator ini digunakan untuk menilai kualitas model, apakah tergolong baik atau buruk. Menurut (Hoc et al., 2014)

1. Jika $R^2 \geq 0,75 \rightarrow$ menunjukkan model yang substansial (kuat)
2. Jika $0,50 \leq R^2 < 0,75 \rightarrow$ menunjukkan model yang moderat (sedang)
3. Jika $0,25 \leq R^2 < 0,50 \rightarrow$ menunjukkan model yang lemah
4. Jika $R^2 < 0,25 \rightarrow$ menunjukkan model sangat lemah

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SmartPLS 4.0, nilai *R-Square* yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
KONTROL DIRI	0.892	0.889
PERILAKU_KONSUMTIF	0.502	0.484

Sumber: Diolah Oleh Peulis, 2026

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SmartPLS, nilai *R-Square* untuk variabel Kontrol Diri sebesar 0,892. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam model penelitian ini mampu menjelaskan variasi Kontrol Diri sebesar 89,2%, sedangkan sisanya sebesar 10,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria penilaian *R-Square*, nilai 0,892 termasuk dalam kategori substansial (kuat), yang berarti model memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan variabel Kontrol Diri.

Selanjutnya, nilai *R-Square* untuk variabel Perilaku Konsumtif adalah sebesar 0,502. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif sebesar 50,2%, sedangkan sisanya sebesar 49,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Berdasarkan kriteria yang digunakan, nilai 0,502 termasuk dalam kategori moderat (sedang).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang sangat kuat dalam menjelaskan variabel Kontrol Diri dan cukup baik (moderat) dalam menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif.

4.2.3.2 Uji Size Effect (F-Square)

F-Square (f^2) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai besarnya pengaruh relatif variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen

(endogen), yang ditentukan berdasarkan perubahan nilai *R-Square* (R^2) ketika variabel eksogen tertentu dikeluarkan dari model. Pengukuran ini membantu menentukan apakah suatu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Hair Jr et al, 2021). Menurut (Hair Jr et al, 2021), kriteria interpretasi *F-Square* (F^2) adalah sebagai berikut:

1. Jika $0,02 \leq F^2 < 0,15 \rightarrow$ efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap variabel endogen
2. Jika $0,15 \leq F^2 < 0,35 \rightarrow$ efek yang sedang dari variabel eksogen terhadap variabel endogen
3. Jika $F^2 \geq 0,35 \rightarrow$ efek yang besar dari variabel eksogen terhadap variabel endogen

Semakin tinggi nilai *F-Square*, semakin besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4. 12 F-Square

VARIABEL	KONTROL DIRI	LITERASI KEUANGAN	PENDAPATAN	PERILAKU KONSUMTIF
KONTROL DIRI				0.015
LITERASI KEUANGAN	0.748			0.005
PENDAPATAN	0.031			0.151
PERILAKU KONSUMTIF				

Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 4.14, nilai *F-Square* menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model penelitian sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan (X_1), nilai *F-Square* Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri (Z) sebesar 0,748 yang termasuk kategori besar. Hal

ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Kontrol Diri. Sedangkan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,005 yang termasuk kategori kecil, sehingga pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumtif relatif rendah.

2. Pengaruh Pendapatan (X2), nilai *F-Square* Pendapatan terhadap Kontrol Diri (Z) sebesar 0,031 yang termasuk kategori kecil. Selain itu, pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,151 yang termasuk kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa Pendapatan memiliki pengaruh yang cukup terhadap Perilaku Konsumtif, namun rendah terhadap Kontrol Diri.
3. Pengaruh Kontrol Diri (Z), nilai *F-Square* Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,015 yang termasuk kategori kecil. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini relatif rendah.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan yang tepat terkait keuangan pribadi. Tingkat literasi keuangan yang baik diyakini mampu membentuk perilaku konsumsi yang rasional, sehingga individu tidak mudah terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

Berdasarkan hasil pengujian pada *Total Effect*, diperoleh nilai *original sample (O)* untuk pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,031. Nilai ini menunjukkan arah hubungan yang negatif, yang berarti bahwa

secara teoritis peningkatan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif. Namun demikian, besarnya koefisien tersebut relatif kecil sehingga pengaruhnya secara praktis tergolong lemah.

Selanjutnya, nilai *T-statistics* sebesar 0,137 ($< 1,96$) dan *P-values* sebesar 0,891 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif tidak dapat diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan belum mampu secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif. Artinya, meskipun individu memiliki pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, hal tersebut belum tentu diimplementasikan dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Kondisi ini dapat disebabkan oleh faktor lain seperti gaya hidup, tekanan sosial, atau preferensi pribadi yang lebih dominan dalam menentukan perilaku konsumtif dibandingkan dengan tingkat pengetahuan keuangan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif sejalan dengan temuan penelitian oleh (nur aini & rahayuningsih, 2024), yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut mengindikasikan bahwa meskipun individu memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang memadai, hal tersebut belum tentu diimplementasikan dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Dalam konteks ini, mahasiswa cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, lingkungan sosial, serta dorongan emosional dalam melakukan aktivitas konsumsi, sehingga peran literasi keuangan menjadi kurang dominan dalam menentukan perilaku konsumtif (nur aini &

rahayuningsih, 2024).

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Oktarina et al., 2026) yang menemukan bahwa literasi keuangan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara variabel lain seperti financial behavior justru memiliki pengaruh yang lebih kuat. Hal ini memperkuat adanya fenomena kesenjangan antara pengetahuan keuangan (financial knowledge) dan perilaku aktual (financial behavior), di mana individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik belum tentu mampu mengimplementasikannya dalam bentuk pengelolaan konsumsi yang rasional (Oktarina et al., 2026).

Jika dikaitkan dengan hasil penelitian ini, nilai koefisien yang kecil dan tidak signifikan menunjukkan bahwa literasi keuangan hanya memiliki kontribusi yang sangat lemah dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengetahuan yang dimiliki mahasiswa terkait pengelolaan keuangan belum cukup kuat untuk mengendalikan dorongan konsumsi yang muncul akibat faktor eksternal seperti promosi digital, tren media sosial, maupun tekanan lingkungan pergaulan. Dengan demikian, literasi keuangan lebih bersifat sebagai pengetahuan kognitif yang belum sepenuhnya terinternalisasi menjadi perilaku nyata.

Selain itu, hasil ini juga menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional, tetapi juga oleh aspek psikologis dan sosial yang lebih kompleks. Mahasiswa yang telah memahami konsep pengelolaan keuangan tetap berpotensi melakukan pembelian impulsif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan kontrol diri yang baik. Oleh karena itu, meskipun literasi

keuangan penting sebagai dasar pengambilan keputusan, namun tanpa adanya faktor pendukung seperti kontrol diri dan pengendalian perilaku, maka literasi tersebut belum mampu secara efektif menekan perilaku konsumtif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif, tidak hanya melalui peningkatan pengetahuan keuangan, tetapi juga melalui penguatan aspek perilaku dan psikologis agar mampu membentuk pola konsumsi yang lebih rasional dan terkontrol.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa hal tersebut relevan dengan kondisi mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, di mana meskipun sebagian mahasiswa telah memiliki pemahaman terkait literasi keuangan, namun hal tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku konsumsi yang rasional. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan (*knowledge*) dan perilaku (*behavior*), sehingga diperlukan pendekatan lain seperti penguatan kontrol diri atau edukasi berbasis praktik agar literasi keuangan dapat lebih efektif dalam menekan perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga variabel lain perlu dipertimbangkan sebagai faktor yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

4.3.2 Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pendapatan merupakan salah satu faktor ekonomi yang memengaruhi perilaku konsumsi individu. Pendapatan mencerminkan kemampuan daya beli

seseorang dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Semakin tinggi tingkat pendapatan yang dimiliki, maka semakin besar pula peluang individu untuk melakukan konsumsi, baik yang bersifat rasional maupun konsumtif (Keynes, 2017).

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,732 pada hubungan antara pendapatan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, setiap peningkatan pendapatan sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,732 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif juga semakin meningkat.

Selanjutnya, nilai *T-statistics* sebesar 3,565 menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif signifikan secara statistik, karena nilai tersebut lebih besar dari nilai 1,96 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini diperkuat oleh nilai *P-values* sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif diterima.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Meiriza et al., 2024) yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan yang dimiliki individu, maka semakin besar pula kecenderungan individu untuk meningkatkan aktivitas konsumsi, termasuk konsumsi yang bersifat tidak rasional atau berlebihan (Meiriza

et al., 2024). Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kemampuan daya beli yang memberikan keleluasaan bagi individu dalam memenuhi berbagai keinginan di luar kebutuhan utama.

Hal ini memperkuat hasil penelitian yang telah dilakukan, di mana nilai koefisien sebesar 0,732 menunjukkan bahwa pendapatan memberikan kontribusi yang cukup kuat dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Kondisi ini mengindikasikan bahwa ketika mahasiswa memiliki pendapatan atau uang saku yang lebih besar, mereka cenderung meningkatkan frekuensi dan intensitas konsumsi, baik untuk memenuhi kebutuhan maupun untuk mengikuti gaya hidup, tren, dan tekanan sosial di lingkungan sekitarnya. Selain itu, peningkatan pendapatan sering kali tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, sehingga individu lebih mudah terpengaruh oleh dorongan konsumsi yang bersifat impulsif.

Hal ini sejalan dengan teori konsumsi yang menyatakan bahwa peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi individu, termasuk konsumsi yang bersifat non-esensial (Keynes, 2017). Ini juga menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan juga pada keinginan, gaya hidup, dan faktor sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan tidak selalu diikuti dengan pengelolaan keuangan yang bijak, sehingga dapat mendorong perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi pendapatan individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

4.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kontrol Diri

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami serta mengelola keuangan secara bijak, yang pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku keuangan, termasuk kemampuan dalam mengendalikan diri. Kontrol diri dalam konteks keuangan merujuk pada kemampuan individu untuk menahan dorongan konsumsi yang berlebihan serta membuat keputusan keuangan yang rasional.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,792 pada hubungan antara literasi keuangan terhadap kontrol diri. Nilai ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kontrol diri. Artinya, setiap peningkatan literasi keuangan sebesar satu satuan akan meningkatkan kontrol diri sebesar 0,792 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuan individu dalam mengendalikan diri, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan.

Selanjutnya, nilai *T-statistics* sebesar 6,531 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap kontrol diri signifikan secara statistik, karena nilai tersebut lebih besar dari nilai 1,96 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini diperkuat oleh nilai *P-values* sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri diterima.

Menurut (Rahma & Susanti, 2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri mahasiswa dalam pengelolaan keuangan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang

lebih baik dalam mengendalikan perilaku konsumsi, karena mereka mampu memahami konsekuensi dari setiap keputusan keuangan yang diambil (Rahma & Susanti, 2022).

Hal ini memperkuat hasil penelitian yang telah dilakukan, di mana nilai koefisien sebesar 0,792 menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan kontribusi yang kuat dalam meningkatkan kontrol diri mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman yang baik mengenai konsep keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan pendapatan, serta pengendalian pengeluaran, mampu membentuk sikap disiplin dalam pengambilan keputusan keuangan.

Selain itu, literasi keuangan juga berperan dalam meningkatkan kesadaran individu terhadap pentingnya prioritas kebutuhan dibandingkan keinginan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih mampu mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari setiap keputusan konsumsi, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh dorongan impulsif maupun faktor eksternal seperti promosi dan tren. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya meningkatkan aspek kognitif, tetapi juga memperkuat aspek perilaku dalam bentuk kontrol diri yang lebih baik.

Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan, tetapi juga berperan dalam membentuk sikap dan perilaku keuangan yang lebih disiplin. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki perencanaan keuangan yang lebih matang, mampu mengendalikan pengeluaran, serta tidak mudah tergoda oleh konsumsi impulsif (Huston, 2010). Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka semakin baik kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku keuangannya, sehingga dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif.

4.3.4 Pengaruh Pendapatan terhadap Kontrol Diri

Pendapatan merupakan faktor ekonomi yang dapat memengaruhi perilaku individu, termasuk dalam hal pengendalian diri terhadap pengeluaran. Kontrol diri dalam konteks keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengatur penggunaan pendapatan agar tidak digunakan secara berlebihan serta tetap sesuai dengan kebutuhan yang telah direncanakan.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien sebesar 0,161 pada hubungan antara pendapatan terhadap kontrol diri. Nilai ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap kontrol diri. Artinya, setiap peningkatan pendapatan sebesar satu satuan akan meningkatkan kontrol diri sebesar 0,161 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, maka terdapat kecenderungan peningkatan kemampuan dalam mengendalikan diri, meskipun pengaruhnya relatif kecil.

Selanjutnya, nilai *T-statistics* sebesar 1,310 menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan terhadap kontrol diri tidak signifikan secara statistik, karena nilai tersebut lebih kecil dari nilai 1,96 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini diperkuat oleh nilai *P-values* sebesar 0,190, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap kontrol diri ditolak. Ini menunjukkan bahwa meskipun pendapatan memiliki arah hubungan positif terhadap kontrol diri, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk dinyatakan signifikan. Artinya, peningkatan pendapatan tidak secara langsung meningkatkan kemampuan individu dalam mengendalikan diri terhadap perilaku keuangan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Herawati et al., 2018) yang menyatakan bahwa pendapatan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Dalam penelitiannya, ditemukan bahwa perilaku keuangan yang baik lebih dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap keuangan dan pengendalian diri dibandingkan dengan faktor eksternal seperti tingkat pendapatan (Herawati et al., 2018).

Hal ini memperkuat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Meskipun pendapatan mencerminkan kemampuan ekonomi individu, namun tanpa adanya kontrol diri yang baik, individu tetap berpotensi melakukan pengeluaran yang tidak terkontrol. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan dalam mengendalikan diri tidak secara langsung ditentukan oleh besarnya pendapatan, melainkan oleh faktor internal seperti disiplin dan kebiasaan dalam mengelola keuangan.

Selain itu, dalam konteks mahasiswa, pendapatan yang lebih tinggi tidak selalu diikuti dengan peningkatan kemampuan dalam mengatur keuangan. Mahasiswa dengan pendapatan yang besar tetap dapat menunjukkan perilaku konsumtif apabila tidak memiliki kontrol diri yang baik. Sebaliknya, mahasiswa dengan pendapatan yang lebih rendah tetapi memiliki kontrol diri yang kuat cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara bijak.

Menurut (Strömbäck et al., 2017) kontrol diri merupakan faktor penting dalam menentukan perilaku keuangan individu, di mana individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara bijak, terlepas dari besar kecilnya pendapatan yang dimiliki.

Dengan demikian, pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap

kontrol diri. Oleh karena itu, peningkatan kontrol diri tidak hanya bergantung pada besarnya pendapatan, tetapi lebih dipengaruhi oleh faktor internal individu seperti disiplin diri, kebiasaan keuangan, serta kemampuan dalam mengendalikan keinginan konsumtif.

4.3.5 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, keinginan, serta emosi dalam mengambil keputusan, termasuk dalam hal konsumsi. Dalam konteks keuangan, kontrol diri berperan penting dalam menentukan apakah seseorang mampu menahan diri dari perilaku konsumtif atau justru cenderung melakukan pembelian secara impulsif.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien sebesar $-0,265$ pada hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Nilai ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, setiap peningkatan kontrol diri sebesar satu satuan akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar $0,265$ satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri individu, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

Selanjutnya, nilai T-statistics sebesar $1,116$ menunjukkan bahwa pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif tidak signifikan secara statistik, karena nilai tersebut lebih kecil dari nilai $1,96$ pada tingkat signifikansi 5% . Hal ini diperkuat oleh nilai *P-values* sebesar $0,265$, yang lebih besar dari $0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ditolak. Ini menunjukkan bahwa meskipun kontrol diri memiliki arah hubungan negatif terhadap perilaku konsumtif, namun pengaruh tersebut tidak

cukup kuat untuk dinyatakan signifikan. Artinya, peningkatan kontrol diri belum tentu secara langsung menurunkan perilaku konsumtif pada responden dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Baumeister, 2002) yang menyatakan bahwa kontrol diri secara teoritis berperan dalam menekan perilaku konsumtif, terutama dalam mengendalikan dorongan impulsif. Namun, dalam praktiknya, pengaruh kontrol diri tidak selalu signifikan karena perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti emosi, lingkungan, dan tekanan sosial (Baumeister, 2002). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun individu memiliki kontrol diri, dalam kondisi tertentu kemampuan tersebut dapat melemah sehingga tidak selalu mampu menekan perilaku konsumtif (Vohs & Faber, 2007).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, meskipun kontrol diri penting secara teoritis, dalam penelitian ini faktor tersebut belum menjadi determinan utama dalam menekan perilaku konsumtif responden.

4.3.6 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Yang Di Intervening Oleh Kontrol Diri

Hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga dapat melalui mekanisme internal individu dalam mengendalikan perilaku keuangan. Kemampuan seseorang dalam memahami pengelolaan keuangan, perencanaan anggaran, serta prioritas kebutuhan

akan lebih efektif apabila diiringi dengan kemampuan mengontrol diri dalam mengambil keputusan konsumsi.

Berdasarkan hasil pengujian *specific indirect effects* pada analisis SEM-PLS, diketahui bahwa pengaruh tidak langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri menunjukkan arah hubungan negatif, namun tidak signifikan. Hal ini dikarenakan pada jalur sebelumnya, meskipun literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri (0,792), namun kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (-0,265; *T-statistics* 1,116; *P-values* 0,265).

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan mampu meningkatkan kontrol diri individu, namun peningkatan kontrol diri tersebut belum mampu secara efektif menurunkan perilaku konsumtif. Dengan demikian, kontribusi jalur tidak langsung melalui kontrol diri dalam memengaruhi perilaku konsumtif tergolong lemah dan tidak signifikan dalam model penelitian ini.

Selanjutnya, jika dilihat dari nilai *T-statistics* pada jalur kontrol diri terhadap perilaku konsumtif yang lebih kecil dari 1,96 serta nilai *P-values* yang lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif melalui kontrol diri tidak terjadi secara kuat dan tidak dapat dibuktikan secara empiris.

Apabila dikaitkan dengan jawaban responden, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka memiliki pemahaman dasar mengenai pengelolaan

keuangan, seperti membuat anggaran, menabung, dan membedakan kebutuhan dengan keinginan. Selain itu, pada variabel kontrol diri, responden juga menunjukkan kecenderungan mampu mengendalikan pengeluaran dan menunda konsumsi. Namun demikian, dalam praktiknya, responden masih menunjukkan perilaku konsumtif, yang mengindikasikan bahwa pemahaman dan kontrol diri tersebut belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten.

Secara logis, literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan menghindari perilaku konsumtif. Namun, tanpa dukungan faktor lain seperti lingkungan sosial, gaya hidup, serta pengaruh teknologi digital, individu tetap berpotensi melakukan konsumsi berlebihan meskipun memiliki pengetahuan dan kontrol diri yang cukup baik.

4.3.7 Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Investasi Yang Di Intervening Oleh Kontrol Diri

Hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga dapat melalui mekanisme internal individu dalam mengendalikan perilaku keuangan. Pendapatan yang dimiliki seseorang akan lebih berdampak pada pola konsumsi apabila diiringi dengan kemampuan dalam mengontrol diri, khususnya dalam mengatur pengeluaran dan menahan dorongan konsumsi yang berlebihan.

Berdasarkan hasil pengujian *specific indirect effects* pada analisis SEM-PLS, diketahui bahwa pengaruh tidak langsung pendapatan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri menunjukkan arah hubungan positif, namun tidak signifikan. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian sebelumnya, di mana

pendapatan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kontrol diri (0,161; *T-statistics* 1,310; *P-values* 0,190), serta kontrol diri juga tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (-0,265; *T-statistics* 1,116; *P-values* 0,265).

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun pendapatan meningkat, hal tersebut tidak secara langsung meningkatkan kemampuan kontrol diri individu secara signifikan. Akibatnya, kontrol diri tidak mampu menjadi mekanisme yang efektif dalam menjembatani hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif.

Selanjutnya, jika dilihat dari nilai *T-statistics* dan *P-values* pada jalur-jalur yang membentuk pengaruh tidak langsung, seluruhnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan tidak langsung antara pendapatan dan perilaku konsumtif melalui kontrol diri tidak dapat dibuktikan secara empiris dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fernandes, 2016) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang relatif lemah terhadap perilaku keuangan, bahkan dalam beberapa kasus tidak signifikan. Penelitian tersebut menemukan bahwa peningkatan pengetahuan keuangan tidak secara otomatis diikuti oleh perubahan perilaku keuangan yang nyata, karena perilaku individu lebih dipengaruhi oleh kebiasaan, konteks situasional, serta faktor psikologis (Fernandes, 2016).

Hal ini mendukung hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi keuangan

mampu meningkatkan kontrol diri, namun peningkatan tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi perilaku konsumtif secara konsisten.

Apabila dikaitkan dengan jawaban responden, meskipun sebagian responden memiliki tingkat pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan, namun hal tersebut tidak selalu diikuti dengan kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran. Sebagian responden masih menunjukkan kecenderungan untuk melakukan konsumsi berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, sehingga peningkatan pendapatan justru berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif tanpa adanya kontrol diri yang memadai.

Secara logis, pendapatan memberikan kemampuan finansial untuk melakukan konsumsi, namun tidak secara otomatis meningkatkan kemampuan pengendalian diri. Tanpa adanya kontrol diri yang kuat, individu dengan pendapatan yang lebih tinggi justru berpotensi memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi pula. Oleh karena itu, kontrol diri seharusnya menjadi faktor penting dalam mengarahkan penggunaan pendapatan secara bijak, namun dalam penelitian ini peran tersebut belum terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif lebih bersifat langsung dibandingkan melalui mekanisme kontrol diri.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening pada responden penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki responden belum secara langsung mampu menekan perilaku konsumtif. Meskipun individu memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, hal tersebut belum tentu diimplementasikan dalam bentuk perilaku konsumsi yang rasional.
2. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam melakukan konsumsi. Peningkatan pendapatan memberikan daya beli yang lebih besar sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif, terutama jika tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik.
3. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuan dalam mengendalikan perilaku keuangan. Pemahaman mengenai perencanaan keuangan, pengelolaan risiko, serta prioritas kebutuhan mampu membentuk sikap disiplin dalam

mengatur pengeluaran.

4. Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pendapatan yang diterima tidak secara langsung menentukan kemampuan individu dalam mengendalikan keuangan. Kontrol diri lebih dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan dan kesadaran finansial dibandingkan faktor eksternal berupa jumlah pendapatan.
5. Kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki kemampuan pengendalian diri, faktor tersebut belum cukup kuat untuk secara langsung menekan perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan adanya faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumsi, seperti gaya hidup atau lingkungan sosial.
6. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri secara tidak langsung (berpotensi sebagai variabel intervening). Meskipun pengaruh langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak signifikan, literasi keuangan terbukti meningkatkan kontrol diri. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri berpotensi menjadi variabel perantara dalam hubungan tersebut.
7. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri tidak mampu memediasi hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif lebih dominan terjadi secara langsung.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk kontrol diri, sedangkan pendapatan menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka saran yang dapat diberikan kepada responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karena literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, maka responden disarankan untuk tidak hanya meningkatkan pengetahuan keuangan secara teoritis, tetapi juga mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, serta pengendalian risiko perlu diwujudkan dalam bentuk perilaku nyata agar mampu menekan kecenderungan konsumsi yang berlebihan.
2. Mengingat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, responden disarankan untuk mengelola pendapatan secara lebih bijak dan terencana. Penyusunan anggaran bulanan serta pembatasan pengeluaran yang tidak diperlukan perlu dilakukan agar peningkatan pendapatan tidak justru mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.
3. Karena literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri, responden diharapkan dapat terus meningkatkan pemahaman keuangan sekaligus mengaplikasikannya dalam bentuk pengendalian diri. Hal ini dapat dilakukan dengan disiplin dalam mengatur pengeluaran, menetapkan prioritas kebutuhan, serta menghindari pembelian yang bersifat impulsif.

4. Mengingat pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri, responden disarankan untuk tidak hanya bergantung pada besarnya pendapatan dalam mengelola keuangan. Sebaliknya, diperlukan kesadaran dan kedisiplinan pribadi dalam mengontrol pengeluaran agar keuangan tetap terkelola dengan baik, terlepas dari jumlah pendapatan yang diterima.
5. Karena kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, responden perlu lebih meningkatkan kualitas pengendalian diri secara konsisten. Hal ini penting karena meskipun kontrol diri telah dimiliki, tanpa penerapan yang kuat dan berkelanjutan, perilaku konsumtif tetap sulit untuk dikendalikan.
6. Mengingat literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri, responden disarankan untuk mengintegrasikan pengetahuan keuangan dengan praktik pengelolaan keuangan yang disiplin. Artinya, setiap pemahaman mengenai pengelolaan keuangan harus diikuti dengan tindakan nyata seperti membuat anggaran, mencatat pengeluaran, dan mengevaluasi kondisi keuangan secara berkala.
7. Karena pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan tidak melalui kontrol diri, responden disarankan untuk lebih berhati-hati dalam mengelola peningkatan pendapatan. Pendapatan yang lebih tinggi sebaiknya diarahkan pada kegiatan yang produktif seperti tabungan atau investasi, bukan hanya untuk memenuhi keinginan konsumtif semata.

Diharapkan seluruh saran yang telah disampaikan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi responden dalam meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan pribadi. Peningkatan literasi keuangan yang diiringi dengan penguatan kontrol diri

serta pengelolaan pendapatan yang terencana diharapkan mampu menekan perilaku konsumtif dan mendorong terciptanya kondisi keuangan yang lebih stabil dan berkelanjutan. Dengan demikian, individu tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan jangka pendek, tetapi juga dapat merencanakan keuangan jangka panjang secara lebih efektif dan terarah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden dalam lingkup tertentu, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas, baik pada wilayah yang berbeda maupun pada kelompok dengan karakteristik pekerjaan yang berbeda. Karakteristik responden yang relatif homogen dapat membatasi cakupan temuan penelitian.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, dan perilaku konsumtif. Sementara itu, perilaku konsumtif pada kenyataannya juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti gaya hidup, pengaruh lingkungan sosial, tren konsumsi, faktor psikologis, serta perkembangan teknologi dan media digital yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang bergantung pada persepsi dan kejujuran responden. Hal ini memungkinkan adanya bias subjektivitas dalam pengisian jawaban, sehingga data yang

diperoleh belum tentu sepenuhnya mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

4. Penelitian ini menggunakan pendekatan cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan dalam satu periode waktu tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini belum mampu menggambarkan perubahan perilaku konsumtif responden dalam jangka panjang atau dinamika pengaruh antar variabel seiring waktu.
5. Pada hasil analisis mediasi, variabel kontrol diri tidak mampu memediasi secara signifikan hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kemungkinan variabel lain yang lebih dominan dalam menjembatani hubungan tersebut, namun belum diakomodasi dalam model penelitian ini.

Dengan adanya keterbatasan tersebut, hasil penelitian ini tetap memberikan gambaran empiris mengenai pentingnya literasi keuangan dan pendapatan dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif. Namun demikian, penelitian ini masih terbuka untuk dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain, memperluas objek penelitian, serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Nooriah Mujahidah. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan. Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan, 1–18.
- Amadiyah, N. I., & Ismanto, dan H. (2020). Peringkat, Terakreditasi Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Direktur Keuangan Dan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta Kabupaten Jepara. 6(3), 468–477.
- Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus Dedy Ansari Harahap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara. 9(2), 193–213.
- Ananda, N. A., Ady, S. U., & Sayidah, N. (2024). The Role of Financial Literacy and Self-Control in Managing Students ' Consumptive Behavior with PayLater Usage Decisions as a Mediating Variable. *Sinomics Journal*, 3(5), 1355–1366.
- Anggreini, R., Mariyanti, S., Psikologi, F., & Esa, U. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif. *Psikologi*, 12, 34–42.
- Asdiana, A., Paleni, H., & Nasruddin, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Journal of Management and Economics Research*, 3(1), 14–19.
- Astuti, S., & Fitriana, O. (2022). Modul Administrasi Dan Supervisi Pendidikan.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding Impulsive to Temptation : Self-ontrol Purchasing , and Failure ,. *The Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128.
- Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169–191.

- Candra, Y., Nastasia, K., & Fenia, S. Z. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMAN 10 Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 185–194.
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Fauziah, N., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, S. (2023). Literasi Keuangan. In *Banking Journalist Academy*.
- Dhukha Zuhriyah. (2018). Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Terhadap Iklan Produk Wardah Pada Mahasiswi Uin Raden Intan Lampung Skripsi.
- Dittmar, H. (2005). A new look at “compulsive buying”: Self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 832–859.
- Dr. Hj. Naning. (2022). E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF.
- Duckworth, A. L., & Seligman, M. E. P. (2005). Self-discipline outdoes IQ in predicting academic performance of adolescents. *Psychological Science*, 16(12), 939–944.
- Dwitri, A., Pradikto, S., & Pasuruan, K. (2025). Jkpu+-+Volume.+3,+Nomor.+1,+Tahun+2025+Hal.+99-106 (1). 1.
- Elsa, V., Ayu Dasilah, R., & Riyanti. (2024). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Resiko Finansial Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Edunomika*, 08(03), 1–14.
- Empati, J., Nomor, V., Antara, H., Diri, K., Perilaku, D., Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(April), 189–195.

- Evy. Indah. (2022). Jurnal Akuntansi dan Ekonomika. Akuntansi Dan Ekonomika, 12(2), 202–211.
- Farm, A. (2019). Conspicuous Consumption. To Life!: Eco Art in Pursuit of a Sustainable Planet, 53–57.
- Febriani, L. T., & Irawansyah, R. (2025). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa dan Pengaruhnya terhadap Kebiasaan Konsumsi. Karimah Tauhid, 4(8), 5751–5755.
- Fernandes, D. (2016). Financial Literacy, Financial Education and Downstream Financial Behaviors. Financial Literacy, Financial Education and Downstream Financial Behaviors, 1–23.
- Flinsia & Daisy. (2014). Analisis pola konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi & bisnis universitas sam ratulangi yang kost di kota manado. 74–87.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2012). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. Psikologi, 11(Juni), 50–65.
- Gunawan, A. (2023). Financial Literacy and Use of Financial Technology Payment for Consumptive Behavior. International Journal of Business Economics (IJBE), 4(2), 92–100.
- Gunawan, A., & Arif, M. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 22(2), 291–303.
- Gunawan, A., Asmuni, A., & Siregar, S. (2021). Islamic Financial Literacy and Financial Behavior: The case of Muhammadiyah Community in Medan City. Journal of Accounting and Investment, 22(3), 500–516.
- Gunawan, A., & Febri Andani, T. (2022). The Influence Of Parents' Socioeconomic Status And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Management

- Study Program Students, Faculty Of Economics And Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 819–830.
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2019). The Role of Financial Literacy in Financial Management Ability to Prepare The Retirement Independently.
- Gunawan ade, Wimpi Siski Pirari, & Sari maya. (2020). 1196-2411-1-Pb. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35.
- Hair Jr et al. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook (p. 197). Springer Nature. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue July).
- Hajli, N. (2018). Ethical Environment in the Online Communities by Information Credibility: A Social Media Perspective. *Journal of Business Ethics*, 149(4), 799–810.
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 73–89.
- Harita, Y. Y., Gusnardi, & Isjoni, M. Y. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522–13530.
- Hengo, M. G., Ndoen, W. M., Amtiran, P. Y., Manajemen, P., & Cendana, U. N. (2021). Dampak Materialisme, Pengendalian Diri dan Motivasi Pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga. *Of Management*, 14(1), 47–61.
- Herawati, N. T., Candiasa, I. M., Yadnyana, I. K., & Suharsono, N. (2018).

- Pembelajaran Finansial. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 2(2), 115.
- Hoc, L., Fong, N., & Law, R. (2014). Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications. 211–213.
- Hummaira, B. K., & Arviani, H. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Remaja Perempuan Di Kota Surabaya Pengguna Konten Tiktok #Outfitideas. *Juli*, VII(2), 21–39.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.
- Ilmiah, J., & Islam, E. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Uang Saku terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening. *Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 474–482.
- Indonesia, U. H., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Indonesia, U. H., Sanggalangit, J., & Timur, D. (2024). e-ISSN 2798-8961 *Hita Akuntansi dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia Edisi Januari 2024*. 283–295.
- Islam, J. E., Laila, Y., & Sihotang, M. K. (2022). *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*. 3(3), 322–335.
- Izek, A. (1991). Attitudes, Personality, And Behavior. In *Medical Teacher* (Vol. 13, Issue 4, pp. 273–279). <https://psicoexperimental.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/ajzeni-2005-attitudes-personality-and-behaviour-2nd-ed-open-university-press.pdf>
- Julita. (2023). Penerapan Financial Technology Dan Peningkatan Literasi

- Keuangan Bagi Industri Mikro Kecil (IMK). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(2), 203–209.
- Kadri, H. A. (2022). Dampak Pemahaman Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara T . A 2020 / 2021. 2(X), 1–14.
- Kare, A., Jeffriansyah Dwi Saputra A, & Jamaluddin Kamaruddin. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(4), 418–424.
- Kartini, A., Asmaniah, Z., & Julianti, E. (2022). Pendidikan Literasi Finansial: Dampak Dan Manfaat. *Kode : Jurnal Bahasa*, 11(3), 14–26.
- Kasmiati. (2021). Peran Komunikasi dalam Organisasi. *Kasmiati*, 32(3), 167–186.
- Keynes, J. M. (2017). *The General Theory of Employment, Interest and Money. Modern Economic Classics-Evaluations Through Time*, 108–153.
- Khusnul & Usep. (2019). Pengaruh Pengetahuan Ekonomi Dan Pendapatan Terhadap Konsumsi Mahasiswa. 333–338.
- Laily, N., & Malang, U. N. (2012). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. 1–17.
- Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 51–70.
- Lestari, P., Dasar, S., Nahdlatul, U., & Surabaya, U. (2022). Pengaruh Budaya Literasi terhadap Hasil Belajar IPA di Sekolah Dasar Frita Dwi Lestari 1 □ , Muslimin Ibrahim 2 , Syamsul Ghufron 3 , Pance Mariati 4. 5(6), 5087–5099.

- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. In *Journal of Economic Literature* (Vol. 52, Issue 1).
- Manajemen, B., & Hakim, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 19–29.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 76–85.
- Maria Florensa, Andreas Rengga, & Konstantinus Pati Sanga. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 210–234.
- Meiriza, M. S., Zai, B., Sembiring, C. A. B., Saragi, J. B., & Tampubolon, M. S. A. (2024). Pengaruh Pendapatan Perbulan Mahasiswa Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus) di Fakultas Ekonomi UNIMED 2023. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(3), 192–199.
- Meyer, B. D., & Sullivan, J. X. (2003). Measuring the Well-Being of the Poor. *The Journal of Human Resources*, April 2003, 1180–1220.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.

- Nikmah, S., Nurhayati, D., & Suchaina. (2023). Pengaruh Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 113–123.
- Novi Setyawati. (2010). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. 1–11.
- nur aini, putri, & rahayuningsih, sri. (2024). Artikel+Skripsi_Putri+Nur+Aini (1). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 1–9.
- Nurhaini, D., Psikologi, P. S., & Samarinda, U. M. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. 6(1), 92–100.
- Nurhayani, N., Nurwahida, N., & Ramli, S. (2023). The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior of Economics Education Students of the Faculty of Economics Universitas Negeri Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(2), 94–102.
- Octaviani, S. H., & Yuniningsih, Y. (2024). the Role of Self-Control in Moderating the Influence of Financial Literacy, Shopping Lifestyle, and Influencers on Impulsive Buying Among Generation Z in Surabaya City. *International Journal of Education and Social Science Research*, 07(05), 292–304.
- OJK. (2025). Edukasi Konsumen Triwulan IV oleh OJK. Lutfiyah.
- Oktarina, S., Gunawan, D. I., Damayanti, D., Mustikasari, E., Nisafera, F., Pandanaran, U., Behaviour, F., & Konsumtif, P. B. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Financial. 8(1), 351–359.
- Patandean, D., Rundupadang, H., & Limbongan, M. E. (2025). Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas

- Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Ekonomi*, 4(4), 6834–6844.
- Praditha, E., Ismalia, K., Sanjaya, V. F., & Sc, M. (2022). Pengaruh Uang Saku Bulanan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarame). *Ekonomi Regional Unimal*, 30(03), 46–56.
- Pulungan, D. R. (2017). Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan. *STIE Semarang*, 17(1), 56–61.
- Qurotulaini, D. L., Fauzi, R. H., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Smh Banten. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(3), 4461–4471.
- Rahayuningsih. (2011). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif. 1–68.
- Rahma, F. A., & Susanti, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Self Efficacy dan Fintech Payment terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 3236–3247.
- Rahman, F., & Arsyianti, L. D. (2021). Islamic Financial Literacy and Its Influence on Student Financial Investment and Behavior. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 13(2), 289–312.
- Rahmawati, N., & Lestari, D. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi mahasiswa. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Akuntansi*, 10(2), 124–132.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295.
- Restu & Nur Endah. (2025). Pengaruh Uang Saku , Gender , dan Gaya Hidup

- Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kos Di Solo Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel. *Education*, 5(1), 21–43.
- Rismayanti, & Oktapiani. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal Of Economics*, 02(December), 31–37.
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., & Hidayat, W. (2024). Online Pada Remaja The Influence Of Lifestyle And Consumptive Behavior On Online Shopping On Teenagers. *Intelek Insan Cendikia*, 1(Juni), 1199–1210.
- Saku, P. U., & Dan, G. H. (2019). Pengaruh Uang Saku, Gaya Hidup dan Perilaku Menabung Terhadap Pola Konsumsi Non Makanan Mahasiswa. *Ilmiah*, 1–16.
- Sari, C. A. (2011). Perilaku Berbelanja Online. 16–44.
- Sari, N. N., & Irmayanti, N. (2021). HUBUNGAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. Hubungan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Remaja, 2(2), 32–38.
- Sena Wahyu Purwanza. (2020). Metodologi Penelitian.
- Setiawan, D. (2013). Jurnal ekonomi. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 1–8.
- Soma Ramadhan, Solikah Nurwati, Cristian Danur Saputra, Vina Aida Tria, & Desiva Amalia. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Self-Control Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Universitas Palangka Raya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(5), 7389–7402.
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of*

- Behavioral and Experimental Finance, 14, 30–38.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.
- Susiloadi, P., & Renanita, T. (2023). Understanding Compulsive Buying Tendencies: The Roles of Attitude Towards Money. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 70–81.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z ? *5*(1), 25–34.
- Syamsidar. (2022). Iain Palopo. Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa, 1–69.
- Thaha, S. (2022). Pentingnya Financial Literacy Dalam Tata Kelola Keuangan Pribadi (Suatu Studi Pustaka). *Jurnal Edueco*, 4(1), 57–73.
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 537–547.
- W.Rook, D. (1994). Journal of consumer research. In Rook (Vol. 94, Issue 12, pp. 188–199).
- Wijayanti, H., & Herman, H. (2023). Factors Influencing Individual Income Level in Cikanyere Village Using Ordinal Logistic Regression Model. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 20(2), 398–415.
- Wright, S. (1934). Annals of Mathematical Statistics. In *The method of Path Coefficients: Annals of Mathematical Statistics* (Vol. 5, pp. 161–215).
- Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*. Forthcoming. Consumer Financial Education and Financial

Capability Jing Jian Xiao 1 , Barbara O ' Neill 2. International Journal of Consumer Studies. Forthcoming, 1–32.
https://www.researchgate.net/publication/301487659_Consumer_Financial_Education_and_Financial_Capability

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi Amanita Novi Yushita. *Nominal*, VI(1), 11–26.

Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041.

Zidnaa Luthfa Hudaaka, & Verbena Ayuningsih Purbasari. (2024). The Impact of Understanding Financial Literacy on Student Financial Behavior. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 4(1), 1–14.

L

A

M

P

I

R

A

N

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**DATA PRIBADI**

Nama : Reisa Ashari
Tempat dan Tanggal Lahir : Medan, 03 Maret 2005
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : JL. Amal Luhur, Gg. Sunda No. 103 N
Anak Ke : 1

NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Suhartoni
Nama Ibu : Nursanti
Alamat : JL. Amal Luhur, Gg. Sunda No. 103 N

PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Swasta Amal Luhur Medan 2010 -2016
2. SMP Swasta Amal Luhur Medan 2016 – 2019
3. SMK Swasta Panc Budi Medan 2019 – 2021
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2022 – 2026

Demikian daftar Riwayat hidup Saya Tulis dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan dengan semestinya.

Medan, April 2026

Penulis

Reisa Ashari

KUESIONER PENELITIAN

Bersama ini, saya Reisa Ashari, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, dan minat investasi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Kakak/Abang untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi dan pendapat sebenarnya. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Atas perhatian dan partisipasi Kakak/Abang, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden (*lingkari jawaban pilihan*)

Jenis Kelamin :

- a. Laki – laki
- b. Perempuan

Sumber Uang Saku :

- a. Orang tua
- b. Beasiswa
- c. Bekerja sambil kuliah

PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini ditujukan kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat sebelum memberikan jawaban.
3. Berikan jawaban dengan memilih salah satu alternatif yang paling sesuai

dengan kondisi dan pendapat Anda.

4. Skala penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:
 - 1 = Sangat Tidak Setuju
 - 2 = Tidak Setuju
 - 3 = Kurang Setuju
 - 4 = Setuju
 - 5 = Sangat Setuju
5. Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah secara jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
6. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

KUESIONER PENELITIAN

1. Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik membeli produk karena adanya bonus atau hadiah tambahan.					
2	Saya sering membeli barang hanya karena terdapat promo hadiah menarik.					
3	Saya cenderung membeli produk karena desain atau kemasannya menarik.					
4	Kemasan yang unik membuat saya ingin membeli produk meskipun tidak terlalu dibutuhkan.					

5	Saya membeli produk untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih baik.					
6	Saya membeli barang tertentu agar tidak merasa kalah dengan orang lain.					
7	Saya membeli produk karena harganya murah meskipun tidak terlalu dibutuhkan.					
8	Saya lebih mempertimbangkan harga daripada manfaat saat membeli barang.					
9	Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan barang bermerek.					
10	Saya sering membeli beberapa produk sejenis meskipun sudah memiliki sebelumnya					
11	Saya tertarik mencoba berbagai merek produk yang sama secara berlebihan.					

2. Literasi Keuangan (X1)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memahami konsep dasar pengelolaan keuangan pribadi					
2	Saya mengetahui pentingnya membuat perencanaan keuangan.					
3	Saya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran.					

4	Saya menyisihkan sebagian uang untuk ditabung secara rutin.					
5	Saya memiliki perencanaan khusus dalam menabung untuk masa depan.					
6	Saya lebih memilih menabung daripada menghabiskan uang untuk hal yang tidak penting.					
7	Saya mengetahui manfaat penggunaan asuransi dalam kehidupan sehari-hari.					
8	Saya memahami pentingnya perlindungan keuangan melalui asuransi.					
9	Saya mempertimbangkan memiliki asuransi untuk mengantisipasi risiko di masa depan.					
10	Saya mengetahui berbagai jenis instrumen investasi.					
11	Saya memahami pentingnya investasi untuk masa depan.					
12	Saya tertarik untuk melakukan investasi guna meningkatkan kondisi keuangan saya.					

3. Pendapatan (X2)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Jumlah uang saku yang saya terima setiap periode cukup untuk memenuhi kebutuhan saya.					
2	Saya menerima uang saku dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.					
3	Saya menerima uang saku secara rutin (harian/mingguan/bulanan).					
4	Pemberian uang saku yang saya terima memiliki jadwal yang jelas dan teratur.					
5	Saya mendapatkan tambahan uang saku ketika ada kebutuhan mendesak.					
6	Orang tua/keluarga saya memberikan uang tambahan saat saya menghadapi kebutuhan tak terduga.					
7	Saya merasa uang saku yang saya terima sudah mencukupi kebutuhan saya.					
8	Saya jarang merasa kekurangan uang dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.					
9	Uang saku yang saya terima berasal dari sumber yang jelas (orang tua/keluarga).					

10	Saya memiliki lebih dari satu sumber pendapatan selain uang saku utama.					
11	Saya mengatur penggunaan uang saku dengan membuat anggaran.					
12	Saya menyisihkan sebagian uang saku untuk ditabung.					

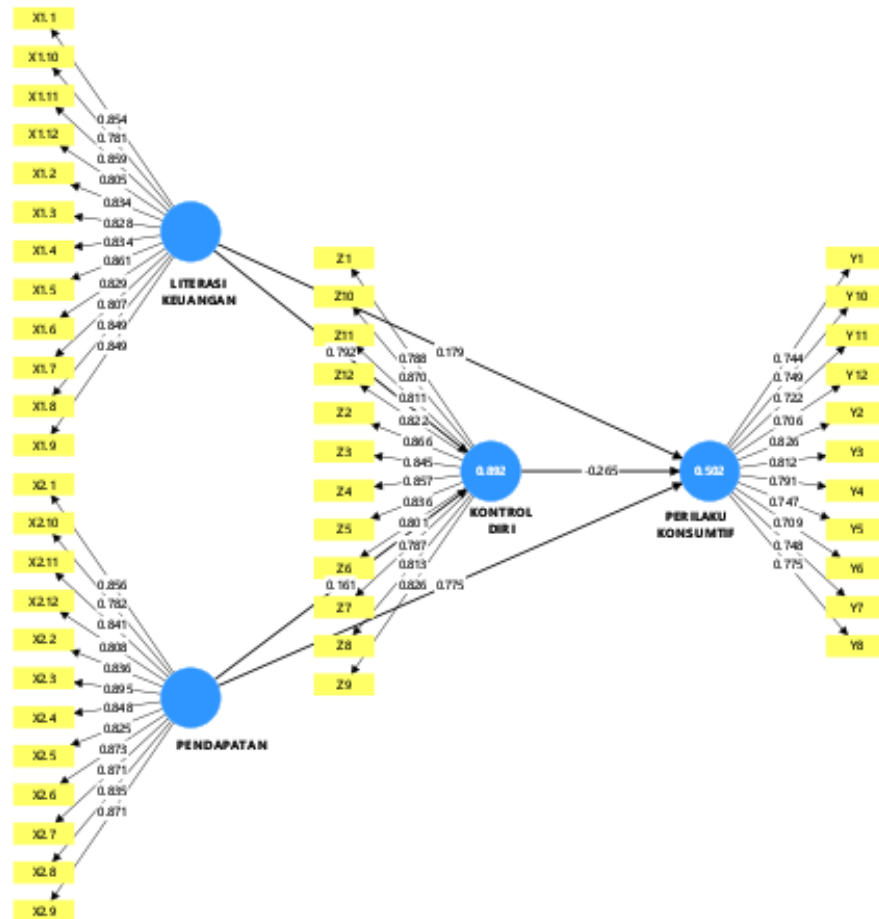
4. Kontrol Diri (Z)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mampu mengontrol pengeluaran agar tidak berlebihan.					
2	Saya membatasi pengeluaran hanya untuk kebutuhan penting.					
3	Saya menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak diperlukan.					
4	Saya membuat rencana anggaran sebelum menggunakan uang.					
5	Saya mencatat pengeluaran agar sesuai dengan anggaran.					
6	Saya berusaha mengikuti anggaran yang telah saya buat.					
7	Saya merencanakan pembelian sebelum membeli suatu barang					

8	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum memutuskan membeli.					
9	Saya tidak membeli barang secara spontan tanpa perencanaan.					
10	Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum membeli barang yang diinginkan.					
11	Saya tidak mudah tergoda untuk langsung membeli barang yang menarik perhatian.					
12	Saya menunda pembelian jika merasa barang tersebut belum terlalu dibutuhkan.					

Lampiran Analisis Data

Analisis Jalur Data



Analisis Jalur (Path Analysis)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.265	-0.271	0.238	1.116	0.265
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.792	0.790	0.121	6.531	0.000
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.031	-0.019	0.225	0.137	0.891
Pendapatan -> Kontrol Diri	0.161	0.164	0.123	1.310	0.190
Pendapatan -> Perilaku Konsumtif	0.732	0.725	0.205	3.565	0.000

Specific Indirect Effects

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.210	-0.213	0.194	1.086	0.278
Pendapatan -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.043	-0.046	0.058	0.738	0.461

Total Effect

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.265	-0.271	0.238	1.116	0.265
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.792	0.790	0.121	6.531	0.000
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.031	-0.019	0.225	0.137	0.891
Pendapatan -> Kontrol_Diri	0.161	0.164	0.123	1.310	0.190
Pendapatan -> Perilaku_Konsumtif	0.732	0.725	0.205	3.565	0.000

Outer Loading

	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Pendapatan	Perilaku Konsumtif
X1.1		0.854		
X1.10		0.781		
X1.11		0.859		
X1.12		0.805		
X1.2		0.834		
X1.3		0.828		
X1.4		0.834		
X1.5		0.861		
X1.6		0.829		
X1.7		0.807		
X1.8		0.849		
X1.9		0.849		
X2.1			0.856	
X2.10			0.782	

X2.11			0.841	
X2.12			0.808	
X2.2			0.836	
X2.3			0.895	
X2.4			0.848	
X2.5			0.825	
X2.6			0.873	
X2.7			0.871	
X2.8			0.835	
X2.9			0.871	
Y1				0.744
Y10				0.749
Y11				0.722
Y12				0.706
Y2				0.826
Y3				0.812
Y4				0.791
Y5				0.747
Y6				0.709
Y7				0.748
Y8				0.775
Z1	0.788			
Z10	0.870			
Z11	0.811			
Z12	0.822			
Z2	0.866			
Z3	0.845			
Z4	0.857			
Z5	0.836			
Z6	0.801			
Z7	0.787			
Z8	0.813			
Z9	0.826			

Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kontrol_Diri	0.958	0.959	0.963	0.685
Literasi_Keuangan	0.960	0.960	0.964	0.694
Pendapatan	0.964	0.964	0.968	0.715
Perilaku_Konsumtif	0.928	0.940	0.937	0.575

Discriminant Validity

Variabel	Kontrol_Diri	Literasi_Keuangan	Pendapatan
Kontrol_Diri			
Literasi_Keuangan	0.981		
Pendapatan	0.935	0.970	
Perilaku_Konsumtif	0.596	0.646	0.695

*Analisis Model Struktural (Inner Model)**R – Square*

Variabel	R-square	R-square adjusted
KONTROL DIRI	0.892	0.889
PERILAKU KONSUMTIF	0.502	0.484

F-Square

VARIABEL	KONTROL DIRI	LITERASI KEUANGAN	PENDAPATAN	PERILAKU KONSUMTIF
KONTROL DIRI				0.015
LITERASI KEUANGAN	0.748			0.005
PENDAPATAN	0.031			0.151
PERILAKU KONSUMTIF				

Tabulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Perilaku Konsumtif

PERILAKU KONSUMTIF											TOTAL
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y10	Y11	Y12	
2	2	3	1	1	1	1	1	3	1	1	17
4	3	2	2	4	2	2	2	4	3	3	31
4	4	5	5	5	1	4	2	1	1	1	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	4	2	4	1	1	1	1	3	2	29
4	5	2	4	1	4	1	1	2	4	5	33
4	2	3	2	4	5	4	3	2	3	4	36
5	3	4	5	4	5	4	1	3	5	3	42
3	3	5	4	4	5	3	4	3	5	3	42
1	3	2	3	2	3	4	4	2	1	5	30
3	1	2	1	3	2	4	3	1	3	5	28
1	1	4	1	3	5	3	3	3	4	2	30
1	2	1	2	1	3	5	4	2	1	2	24
3	4	2	4	2	3	5	3	3	4	2	35
5	3	1	5	2	2	1	3	4	4	2	32
3	5	2	3	4	3	2	2	5	3	5	37
3	2	2	1	4	3	2	1	2	1	5	26
1	1	3	4	4	4	1	1	2	1	1	23
1	2	2	1	1	5	4	5	5	5	5	36
1	1	1	2	3	4	5	2	4	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	45
4	3	3	2	4	2	2	2	3	4	2	31
4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	40
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	41
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
5	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	19
2	2	1	1	4	1	2	4	1	1	1	20
4	2	2	3	5	5	5	1	5	3	2	37
5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	49
4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	42
4	5	5	5	4	1	1	1	2	1	1	30
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
4	4	3	3	4	2	1	2	4	2	2	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	3	1	1	1	4	3	2	2	5	2	25

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
4	3	1	1	3	2	2	2	2	2	3	25
5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	45
3	3	2	2	3	2	1	1	1	4	1	23
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	49
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	1	39
2	1	1	2	2	3	1	2	1	4	4	23
3	4	3	4	4	3	1	1	4	1	1	29
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	35
5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	42
3	1	1	1	4	2	1	1	3	3	3	23
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	49
1	3	3	5	5	3	3	3	5	1	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	4	34
3	1	3	5	3	2	2	1	1	2	4	27
1	3	5	3	5	5	2	1	5	3	3	36
5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	48
2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	20
2	2	3	5	3	1	5	2	5	1	1	30
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	49
3	2	3	4	2	2	2	3	5	4	4	34
2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	17
1	4	3	3	4	2	1	4	3	4	1	30
4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	31
4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	5	43
4	4	5	5	4	2	2	3	4	4	4	41
2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	15
5	4	2	1	3	1	2	3	1	1	1	24
4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	46
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
2	2	1	3	3	2	2	2	4	2	1	24

Tabulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Literasi Keuangan

LITERASI KEUANGAN												TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
5	4	4	5	3	4	2	3	4	4	5	4	47
4	5	5	2	4	2	5	5	2	5	5	3	47
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
3	2	2	5	1	4	1	4	2	2	2	5	33
5	5	1	1	4	4	3	3	3	4	4	4	41
5	2	4	5	4	5	1	5	2	3	2	1	39
1	5	1	3	2	4	4	3	4	3	4	2	36
5	5	1	5	2	3	2	4	4	3	4	5	43
2	5	1	3	2	3	2	5	5	1	1	5	35
2	5	1	3	2	3	4	1	3	1	3	2	30
2	2	1	1	3	5	4	3	5	5	2	5	38
2	3	3	4	4	3	5	1	2	5	5	4	41
3	4	4	1	2	2	1	1	4	3	2	4	31
3	5	3	4	2	3	2	1	2	4	4	4	37
1	2	2	2	4	5	3	1	1	2	5	5	33
3	2	4	3	1	4	3	3	1	2	3	4	33
3	1	2	2	2	3	4	3	3	4	1	1	29
1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	15
1	2	4	3	5	5	1	1	2	4	5	5	38
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	50
4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	45
3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	41
3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	42
4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	22
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	53
4	4	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4	45
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	52
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44
1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	1	17

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	53
4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	5	5	48
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	55
4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	1	4	2	1	1	3	3	3	3	1	2	25
2	4	3	1	1	4	3	3	3	1	4	3	32
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	4	4	4	2	3	2	3	3	3	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	43
4	5	5	5	5	5	4	4	5	2	5	5	54
3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	42
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	57
3	3	3	3	5	1	3	3	4	4	2	5	39
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	38
4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	48
3	2	1	1	5	2	3	2	4	4	1	5	33
2	5	2	4	5	2	4	5	4	5	4	3	45
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	55
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
4	2	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	36
4	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3	4	39
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	53
2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	17
4	4	3	5	5	5	2	3	5	1	4	4	45
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	51
4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	44
3	5	5	5	3	2	4	5	5	3	5	5	50
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	56
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	25

Tabulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Pendapatan

PENDAPATAN												TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	46
3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	3	2	2	1	2	3	1	4	4	1	32
1	5	4	3	4	4	2	1	2	2	4	4	36
5	1	2	1	3	1	1	4	4	2	3	5	32
2	2	3	1	1	4	3	2	1	4	1	4	28
1	2	3	4	2	4	4	5	5	4	3	5	42
4	3	5	3	4	3	2	2	3	1	3	3	36
3	3	2	2	3	2	5	2	3	4	4	5	38
4	1	1	2	1	5	5	4	1	3	3	5	35
3	5	2	1	5	1	1	5	1	3	1	2	30
3	5	1	3	2	3	2	2	3	4	1	4	33
5	1	5	2	5	1	5	5	4	1	1	5	40
5	5	5	4	1	5	2	2	5	5	4	1	44
2	3	1	2	3	3	3	1	2	4	2	1	27
2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	16
1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	1	23
3	2	4	5	5	2	1	1	2	2	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	47
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	47
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	24
4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	56
4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	51
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	48
2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	20

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
3	3	4	5	3	5	3	4	4	3	3	3	43
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
2	2	4	2	2	4	4	4	1	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	20
3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	1	2	31
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	53
2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45
4	5	4	4	2	5	4	4	5	2	4	5	48
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	52
3	3	2	5	2	4	2	2	2	3	1	5	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	41
2	3	1	1	4	2	4	5	5	1	3	4	35
3	3	3	3	1	5	4	2	3	5	4	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	53
2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	24
2	3	2	4	1	3	3	4	2	3	1	1	29
4	4	3	2	4	4	4	4	4	5	3	2	43
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	16
2	4	3	5	2	3	5	4	2	4	1	3	38
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	56
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	2	2	4	3	1	19

Tabulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kontrol Diri

KONTROL DIRI												TOTAL
Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z11	Z12	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	54
3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	1	4	2	1	2	5	4	5	2	2	4	36
5	2	1	1	3	5	3	1	1	4	1	4	31
5	5	1	5	2	2	1	4	4	4	1	2	36
2	2	2	2	1	4	5	4	1	3	1	4	31
5	4	1	4	4	2	2	3	5	5	5	5	45
5	3	1	3	4	2	4	1	1	5	2	3	34
4	3	1	4	5	5	4	5	3	3	1	4	42
5	4	1	5	4	4	1	1	4	4	4	5	42
3	4	3	3	3	4	2	5	2	4	4	1	38
5	1	3	5	1	3	3	2	4	2	1	2	32
5	2	2	1	2	2	5	3	5	2	1	5	35
1	5	1	1	1	1	4	5	2	4	3	2	30
3	1	3	1	2	4	5	1	2	2	3	3	30
3	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	2	33
1	1	1	3	1	3	1	1	3	1	1	1	18
3	4	4	3	5	4	1	1	3	5	5	1	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	41
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	43
5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
1	2	3	4	5	3	4	2	5	4	2	2	37
4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	3	43
4	3	3	4	5	5	5	5	3	4	3	4	48
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	53
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	4	1	19

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	52
4	3	3	3	1	3	3	2	3	4	3	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	25
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	35
1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	14
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	3	3	4	4	4	3	5	4	4	47
4	4	5	4	4	2	5	5	5	5	4	5	52
3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	5	5	39
5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	55
1	2	5	2	2	3	2	5	3	5	1	5	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
3	2	1	4	1	2	5	5	2	1	1	5	32
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	52
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
3	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	3	27
2	3	2	2	2	3	2	4	1	3	1	3	28
2	3	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	47
2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	17
2	2	3	4	4	3	3	4	5	3	2	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
4	3	3	2	3	2	4	4	3	4	3	4	39
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	13
1	4	1	3	3	1	4	3	2	2	3	3	30

