



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, & *ELECTRONIC*
MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang

Angkatan Tahun 2020-2022)

SKRIPSI

Diajukan Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

HANDINI NUR CHAMELI ATUZ ZAHRO

NPM. 22001081194



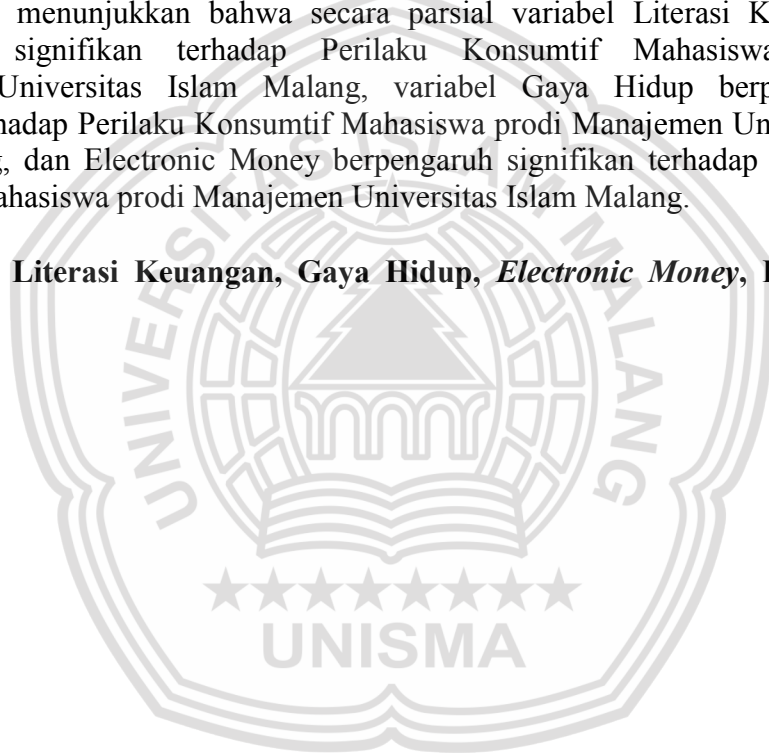
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Electronic Money* terhadap perilaku konsumtif Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan Tahun 2020-2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang didapat dari rumus Slovin dengan teknik probability sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa prodi Manajemen Universitas Islam Malang, variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa prodi Manajemen Universitas Islam Malang, dan *Electronic Money* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa prodi Manajemen Universitas Islam Malang.

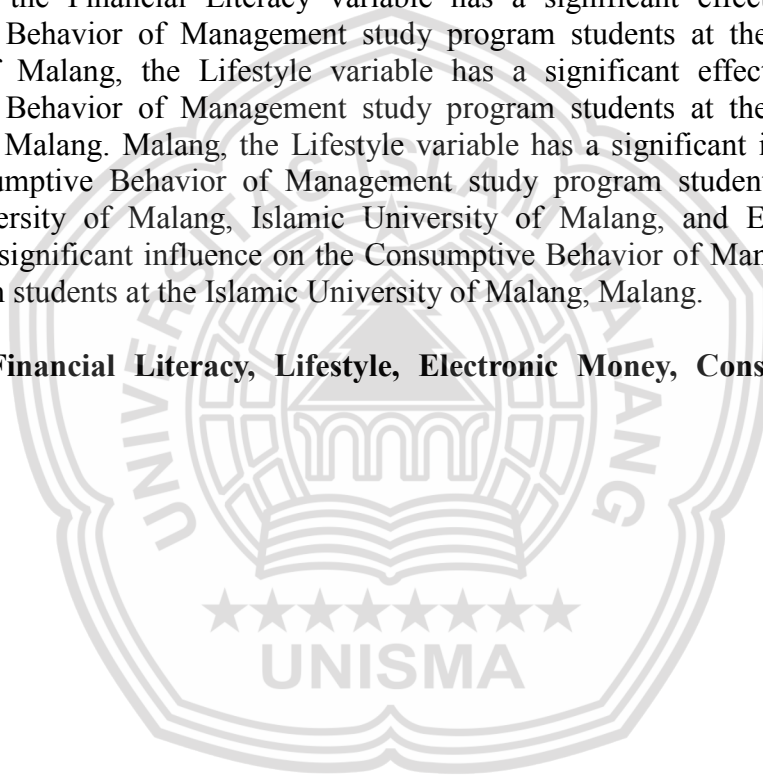
Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *Electronic Money*, Perilaku Konsumtif.



ABSTRACT

This research aims to analyze and explain the influence of Financial Literacy, Lifestyle and Electronic Money on consumer behavior. Case Study of Management Students at the Islamic University of Malang Class of 2020-2022. The sample used in this research was 100 respondents obtained from the Slovin formula using probability sampling techniques. The data analysis method used in this research is quantitative data analysis using multiple linear regression analysis. The data testing used is partial hypothesis testing. The results of the research show that partially the Financial Literacy variable has a significant effect on the Consumptive Behavior of Management study program students at the Islamic University of Malang, the Lifestyle variable has a significant effect on the Consumptive Behavior of Management study program students at the Islamic University of Malang. Malang, the Lifestyle variable has a significant influence on the Consumptive Behavior of Management study program students at the Islamic University of Malang, Islamic University of Malang, and Electronic Money has a significant influence on the Consumptive Behavior of Management study program students at the Islamic University of Malang, Malang.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Electronic Money, Consumptive Behavior.

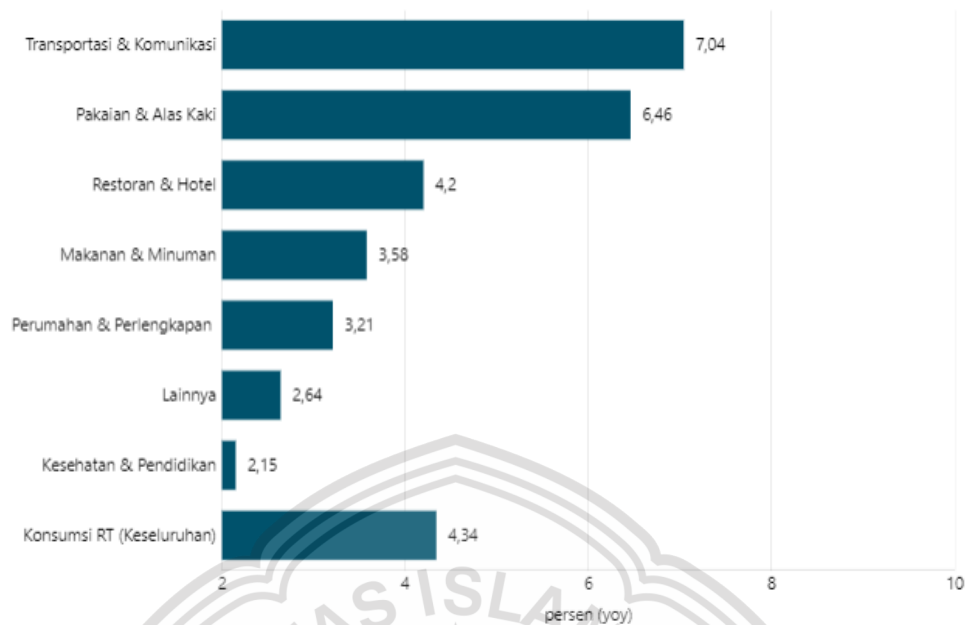


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang terus berkembang dan bertumbuh dengan pesat telah menjadi dorongan yang sangat besar bagi perilaku konsumtif salah satunya mahasiswa. pengaruh terbesar dari perilaku konsumtif tersebut yakni generasi milenial yang dinilai sebagai generasi paling konsumtif terutama dalam belanja *online* dan lebih memprioritaskan kebutuhan jangka pendek daripada kebutuhan jangka panjang (Baptista, 2021). Perilaku konsumtif ini banyak terjadi yang pada umumnya hanya sebatas keinginan terhadap barang-barang tersebut dan belum tentu sesuai dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif terjadi karena manusia memiliki banyak keinginan. Dengan alasan mengikuti *trend* yang Pada dasarnya perilaku tersebut dilakukan hanya untuk pengakuan sosial lingkungan sekitarnya. Kegiatan mengikuti *trend* tersebut mendorong mahasiswa membeli suatu barang tanpa berpikir panjang yang mengakibatkan seseorang berperilaku konsumtif atau perilaku boros. Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak melebihi yang sebenarnya.



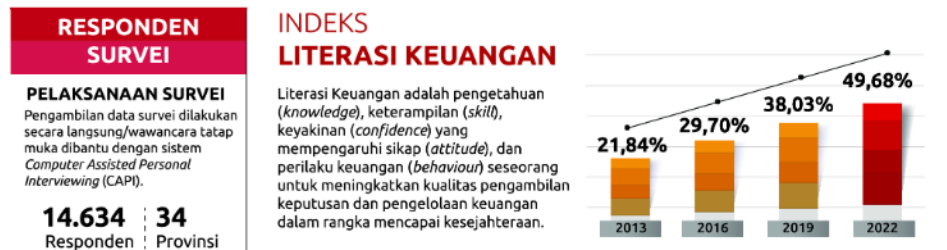
Sumber : databoks 2022

Dari sumber diatas tertera bahwa perilaku konsumtif masyarakat meningkat 4,34%. Tidak jarang masyarakat terpengaruh akan promosi produk-produk yang ditawarkan oleh berbagai media yang di jumpai. Banyak barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan namun dikarenakan promosi yang diberikan oleh produk tersebut, konsumen tertarik untuk membelinya, hal ini biasa disebut dengan perilaku konsumtif (Cahyasari., 2019). Konsumsi yang tinggi di tingkat masyarakat itu baik karena mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional, tetapi konsumsi yang tinggi di tingkat individu apabila hanya mengikuti pada keinginan dan kepuasan serta bukan pada kebutuhan dapat menimbulkan permasalahan.

Mahasiswa berperilaku konsumtif dikarenakan tidak memiliki skala prioritas atas keinginannya dalam mengkonsumsi suatu barang. Hal ini

dapat dilihat dari mahasiswa yang lebih mengutamakan membeli barang yang diinginkan seperti baju-baju keluaran terbaru, tas, aksesoris, parfum, make-up, sepatu bermerek dan lain-lain untuk menunjang penampilannya. Pentingnya mahasiswa memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola keuangan secara efektif demi meningkatkan kesejahteraannya.

Dalam hal ini, literasi keuangan dapat membantu proses mengelola keuangan, memberikan pengetahuan keuangan dan penghematan keuangan pribadinya (Pohan et al., 2022). Literasi keuangan ialah pengetahuan atau wawasan yang dimiliki oleh seorang tentang keuangan baik itu dalam mengelola, mengalokasikan maupun memperoleh keuangan tersebut sehingga dengan adanya literasi keuangan seseorang dapat lebih bijak dalam mengelola ataupun mengalokasikan keuangannya (Setiawan & Suarmanayasa, 2022). literasi keuangan bisa mengukur seberapa besar individu dapat memahami informasi keuangan dan kemudian mengambil keputusan yang tepat berdasarkan informasi tersebut. Seseorang dengan literasi keuangan tinggi akan menjadi konsumen yang cerdas, membeli atau menggunakan sesuatu dengan melihat manfaat dan kerugiannya. Kepala eksekutif pengawas perilaku pelaku usaha jasa keuangan, edukasi, dan perlindungan konsumen OJK, Fridica Widyasari Dewi mengatakan bahwa literasi pemahaman masyarakat atas suatu produk dan layanan keuangan sangat di perlukan agar masyarakat dari jeratan pinjaman *online* ilegal maupun investasi ilegal (Syahputra, 2023).



Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Dari Tahun 2013 Sampai 2022

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2022)

Berdasarkan hasil survei dalam grafik diatas dapat diketahui bahwa literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2013 sampai dengan 2022 terus mengalami peningkatan. pada tahun 2013 data menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 21,84%. Di tahun 2016 mencapai 29,70%. Sedangkan di tahun 2019 hingga tahun 2022 indeks literasi keuangan mencapai 38,03% sampai 49,68%.

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seorang individu di dunia yang dinyatakan melalui aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan jati diri seseorang dalam melakukan hubungannya dengan lingkungannya. Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, tetapi perubahan ini buka disebabkan berubahnya kebutuhan. Melainkan ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti *trend* yang saat ini menjadi sorotan. Menurut Alamanda (2018) gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Saat ini mahasiswa juga lebih mudah mengetahui pengetahuan akan informasi yang lebih modern, serta melakukan perubahan gaya hidup bagi siswa dari cara berpakaian,

bersosialisasi bahkan kegiatan lainnya yang berpengaruh terhadap aktivitasnya sehari-hari. Dalam kehidupan mahasiswa saat ini benar-benar kontradiktif dari dalam ke luar keluarga dimulai perilaku menyimpang, gaya hidup yang berlebihan, tingkat pendidikan, serta kebanyakan bertentangan dengan pendapatan keluarga.

Impulsive Buying atau biasa disebut membeli barang tanpa berpikir dua kali. Di era modern ini *impulsive buying* didukung dengan adanya teknologi yaitu *electronic money*. *Electronic money* sendiri membawa dampak yang baik terutama di bidang ekonomi, karena mampu membentuk produktivitas dan inovasi bagi pelaku ekonomi di Indonesia, supaya produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lainnya. Seperti yang kita ketahui masyarakat menjadi sering menggunakan *electronic money* dan cenderung mendapatkan akses yang tidak terbatas pada layanan yang diinginkan. uang elektronik ini merupakan produk dengan nilai tersimpan atau prabayar dimana sejumlah uang tertentu disimpan dalam media elektronik milik orang tertentu. Menurut Usman (2017) dalam (Insana & Johan, 2021) menjelaskan bahwa uang elektronik adalah uang yang tidak memiliki wujud fisik dan nilai uang tersebut berasal dari nilai uang yang telah disetorkan pada penerbit, yang kemudian disimpan pada kartu chip dan digunakan untuk pembayaran non tunai kepada pedagang yang bekerjasama dengan penerbitan *e-money* (Adiputra, 2017)

Hasil penelitian menurut Krismayanti *et. al* (2023) mengatakan bahwa pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan *electronic money*

terhadap perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan. Sedangkan menurut Haq *et. al* (2023) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Teman Sebaya, dan Kontrol Diri tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan variabel *Electronic Money* dan Gaya Hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, *electronic money* terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, *electronic money* terhadap perilaku konsumtif”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan di teliti oleh penulis dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1 Bagaimana pengaruh variabel literasi keuangan secara parsial terhadap perilaku konsumtif ?
- 2 Bagaimana pengaruh variabel gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumtif ?
- 3 Bagaimana pengaruh variabel *Electronic money* secara parsial terhadap perilaku konsumtif ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (studi kasus pada mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang angkatan 2020-2022) secara parsial.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (studi kasus pada mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang angkatan 2020-2022) secara parsial.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Electronic Money* terhadap Perilaku Konsumtif (studi kasus pada mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang angkatan 2020-2022) secara parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat mengenai literasi keuangan, gaya hidup, dan electronic money serta perilaku konsumtif. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terkait peningkatan literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Bagi lembaga dapat memberikan masukan informatif tentang literasi keuangan, gaya hidup, dan *electronic money*. Bagi peneliti lanjutan, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, *electronic money* mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Malang program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hasil studi pada uji yang telah dilakukan, memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif terhadap mahasiswa Universitas Islam Malang program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hal ini didukung oleh keterlibatan orang tua yang secara signifikan serta perencanaan keuangan yang matang dapat membentuk perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Selain itu, kelompok pertemanan mahasiswa juga mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Malang program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pernyataan ini didukung oleh kebiasaan yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut. Selain itu, mahasiswa lebih memilih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan, memiliki pengetahuan keuangan yang baik, tetapi

gengsi membuat mereka memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan.

3. *Electronic Money* berpengaruh positif signifikan pada perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Malang program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pernyataan ini didukung penggunaan *e-money* yang memiliki banyak keuntungan serta kemudahan dalam bertransaksi sehingga perilaku konsumtif bisa terjadi, selain itu juga memiliki rasa kepercayaan bahwa penggunaan *e-money* ini aman.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mengandung beberapa keterbatasan, sebagai berikut:

1. Responden penelitian merupakan mahasiswa yang hanya terdiri dari satu program studi, yang artinya penelitian ini kurang meluas.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa faktor literasi keuangan, gaya hidup serta *electronic money* terhadap perilaku konsumtif sehingga perlu dikembangkan

penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji terhadap perilaku konsumtif.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil studi yang telah dilaksanakan, pengkaji menganjurkan beberapa saran mengenai temuan penelitian dan sebagai tindak lanjut dari studi sebelumnya sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, diminta mahasiswa bisa mempelajari lebih memperhatikan akan hal kebutuhan dan keinginan dan faktor perilaku konsumtif lainnya.
2. Bagi pengkaji selanjutnya, bisa mengembangkan studi yang berkaitan dengan perilaku konsumtif menggunakan variabel lain selain literasi keuangan, gaya hidup serta *electronic money* agar mendapatkan hasil penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. M. P. (2017). *Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif*. 32, 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i2.4570>
- Baiq Fitri Arianti, & Khoirunnisa Azzahra. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2), 156–171. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>
- Baptista, S. M. J. (2021). The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior (Study Case Working-Age of Semarang). *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 93–98. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i1.31407>
- Cahyasari., E. (2019). Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *Jurnal UKSW*, 1(2), 6.
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang 2013
- Elsa Cahya Sari, B. I. (2019). Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *JurnalEcodunamika*. Dipetik november 16, 2023, dari <https://ejournal.uksw.edu/ecodunamika/article/view/2572>
- Feby Krismayanti, M. Ichwan Hamzah, B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif(Studi Kasus Di Smk Jakarta 1). 1, 1–23.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Grace Sriati Mengga, M. B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, *E-Money*, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi (Jrea)*, 45.
- Han, D., & Vanomy, A. E. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Implementasi *E-Money* dalam Transaksi Usaha pada Pedagang Asongan untuk Meningkatkan *Cashlessociety* di Batam. *Profit : Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 158–173.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* 16 Edition. New Jersey: Pearson.
- Kumalasari, K., & Soesilo, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper* (SCA 8), 8 (1)
- Mukmin Pohan, M. E. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Owner: riset dan jurnal akuntansi*, 1499. doi:<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777>
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777>
- Ramadhani, R. H. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Sarwono, Jonathan. (2018). *Statistik untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Setiawan, P. A. A., & Suarmanayasa, I. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Gerokgak pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 12(2), 501–508.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). In *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* (Vol. 7, hal. 1–6).
- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Ipb) the Influencing Factors of E-Money Utilization By Millenial Generation of Ipb'S Undergraduate Student. *e-Proceeding of Management*, 5(3), 3104–3011.
- Syahputra, E. (2023). *Tingkatkan Literasi, OJK Gelar Edukasi Keuangan*. march. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230306194933-4419366/tingkatkan-literasi-ojk-gelar-edukasi-keuangan>