

**PENGARUH MEDIASI DIGITAL *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP
PERGAULAN *TREND FASHION* DAN PERILAKU GAYA HIDUP
GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SORONG**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen



Oleh :

Aryfudin

NPM : 22452081029

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Pergaulan Trend Fashion terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Milenial melalui Digital *Financial Literacy* sebagai variabel mediasi di Generasi Milineal Kabupaten Sorong. Penelitian ini dilakukan pada 65 Generasi Milineal. menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur. Teknik analisis data menggunakan *Software Smart PLS (Partial Least Square)*.

Hasil analisis kuantitatif pada penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Milineal Kabupaten Sorong merepsepsikan semua penelitian, yaitu Pergaulan Trend Fashion, Digital *Financial Literacy* dan Perilaku Gaya Hidup Generasi Milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pergaulan *Trend Fashion* Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Milineal Kabupaten Sorong. Pergaulan *Trend Fashion* Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap *Digital Financial Literacy* Generasi Milineal dan Pergaulan *Trend Fashion* Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Milineal Melalui *Digital Financial Literacy* bagi generasi milineal masarakat Kabupaten Sorong. *Digital Financial Literacy* tidak berpengaruh perilaku gaya hidup Generasi Milineal masyarakat Kabupaten Sorong.

Kata kunci : Pergaulan Trend Fashion, Digital *Financial Literacy*, dan Perilaku Gaya Hidup Generasi Milenial.

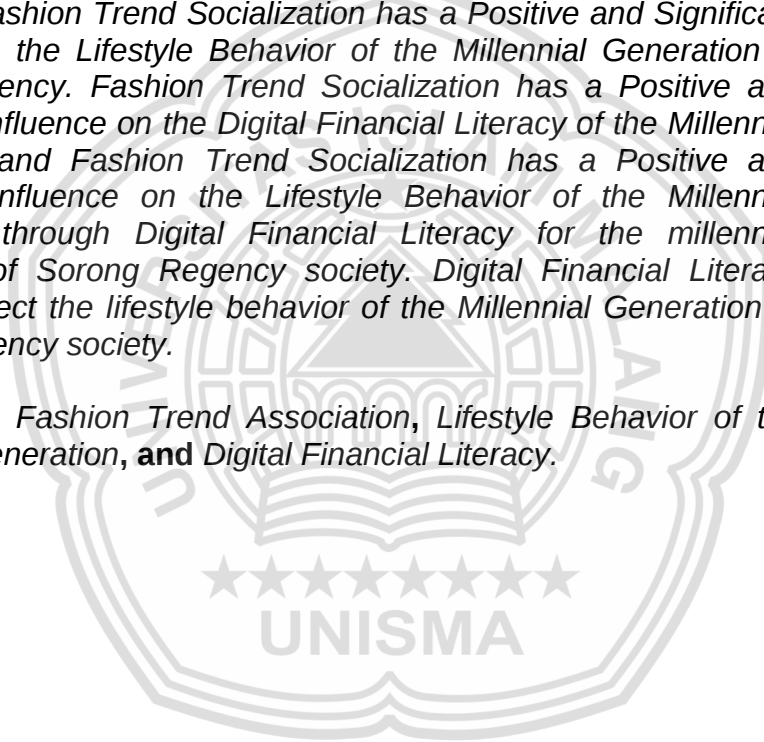


ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Fashion Trend Association on the Lifestyle Behavior of the Millennial Generation through Digital Financial Literacy as a mediating variable in the Millennial Generation in Sorong Regency. This study was conducted on 65 Millennial Generations. using nonprobability sampling techniques, namely not providing equal opportunities or chances for each element. Data analysis techniques using Smart PLS (Partial Least Square) Software..

The results of the quantitative analysis in this study indicate that the Millennial Generation of Sorong Regency perceives all research, namely Fashion Trend Association, Digital Financial Literacy and Millennial Generation Lifestyle Behavior. The results of the study show that Fashion Trend Socialization has a Positive and Significant Influence on the Lifestyle Behavior of the Millennial Generation in Sorong Regency. Fashion Trend Socialization has a Positive and Significant Influence on the Digital Financial Literacy of the Millennial Generation and Fashion Trend Socialization has a Positive and Significant Influence on the Lifestyle Behavior of the Millennial Generation through Digital Financial Literacy for the millennial generation of Sorong Regency society. Digital Financial Literacy does not affect the lifestyle behavior of the Millennial Generation of Sorong Regency society.

Keywords : Fashion Trend Association, Lifestyle Behavior of the Millennial Generation, **and** Digital Financial Literacy.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi ialah suatu fenomena khusus dalam peradaban manusia yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia. Globalisasi menciptakan tantangan dan permasalahan baru yang harus dijawab. Wacana Globalisasi ditandai dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan teknologi (Saiful, 2019). Indonesia memasuki Era Globalisasi dimana peningkatan serta pertumbuhan ekonomi seluruh negara-negara di dunia tak terkecuali Indonesia yang memberikan dampak terhadap perilaku keuangan masyarakat kemudian tidak memperhatikan prinsip keuangan yang menjadi faktor utama seseorang bergaya hidup konsumtif.

Menurut Windayani, (2017) gaya hidup konsumtif merupakan perilaku membeli tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat ketika gaya hidup tersebut dianggap mampu menunjukkan status sosial atau mendapatkan prestise. Gaya hidup konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (need) tetapi sudah pada faktor keinginan (want). Setiap orang memiliki kebutuhan masing-masing dan kebutuhan tersebut berusaha di

penuhin dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhannya dengan wajar dan ada juga yang berlebihan. Hal ini tidak terlepas dari penyebab seseorang untuk bersifat konsumtif.

Gaya hidup masyarakat seperti sekarang ini sudah mengalami perkembangan dan perubahan seiring perkembangan zaman (Hastina Febriaty 2019). Gaya hidup telah merasuk ke dalam semua golongan tak terkecuali kalangan mahasiswa, kita juga tidak dapat menolak perubahan dan perkembangan saat ini. Bagaimanapun gaya hidup sudah menjadi ikon atau style dari perkembangan zaman. Status pendidikan bagi mahasiswa milenial, masa kuliah adalah masa di mana pertama kali mereka mengelola uang tanpa orang tua. Dalam kondisi seperti, itu mahasiswa bisa tidak bisa harus bisa mengelola keuangannya.

Pada era perkembangan Revolusi Industri 5.0 yang ditandai dengan pencatatan dat elektronik (*big data*) dan bertambah luasnya konektivitas internet ke perangkat fisik (*internet of things*), menjadikan pencatatan buku besar elektronik (*block chain*) muncul sebagai sistem baru dalam teknologi saat ini. Penggunaan teknologi berkembang dengan pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi dan berbagai layanan elektronik lainnya. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan teknologi segala hal dirasa lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya. Dengan adanya hal ini, layanan keuangan seperti pembayaran, pemasaran, dan pinjaman online semakin

terintegrasi dengan teknologi informasi, sehingga menciptakan sistem baru yang memungkinkan konsumen menjalankan transaksi dengan lebih efisien (Firmansyah et al., 2022)

Konsumsi rumah tangga masih menjadi kunci kekuatan ekonomi Indonesia hingga saat ini. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian Indonesia menurut besaran produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp.4,92 kuadriliun pada kuartal II-2022. Dari nilai tersebut, konsumsi rumah tangga berkontribusi sebesar Rp.2,53 triliun (51,47%) dari total PDB nasional. Pengeluaran konsumsi rumah tangga nasional pada kuartal II 2022 tumbuh 2,42% dibanding kuartal I 2022 (quarter to quarter/q-to-q). Jika dibandingkan dengan TW II-2021, konsumsi rumah tangga juga tumbuh 5,51% (year on year/yoy). Bantuan sosial yang diberikan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah maupun pihak swasta menjadi penopang konsumsi masyarakat bawah. Konsumsi rumah tangga juga di topang oleh aktivitas belanja kelompok masyarakat menengah-atas, khususnya pada momen Ramadhan dan hari raya Idul fitri.

No	Konsumsi Rumah Tangga	Pengeluaran
1	Makanan & Minuman	Rp.1.056,20 triliun
2	Transportasi & Komunikasi	Rp.528,93 triliun
3	Perumahan & Perlengkapan	Rp.321,78 triliun
4	Restoran & Hotel	Rp.249,85 triliun
5	Kesehatan & Pendidikan	Rp.172,04 triliun
6	Pakaian & Alas Kaki	Rp.85,68 triliun
7	Lainnya	Rp.117,89 triliun

Menurut Budy Kusnandar (2022) Berikut ini PDB pengeluaran

konsumsi rumah tangga (TW II-2022).

No	Konsumsi Rumah Tangga	Komuniasi Tumbuh
1	Transportasi & Komunikasi	9,68 (yoy)
2	Restoran & Hotel	6,61% (yoy)
3	Konsumsi Rumah Tangga	5,51% (yoy)
4	Pakaian & Alas Kaki	4,35% (yoy)
5	Kesehatan & Pendidikan	4,27% (yoy)
6	Makanan & Minuman	4,09% (yoy)
7	Perumahan	3,31% (yoy)

Menurut Budy Kusnandar (2022) Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga untuk Transportasi dan Komuniasi Tumbuh Tertinggi pada TW II-2022.

Manusia juga disebut makhluk sosial karena tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Menurut Kartono (2020), pergaulan ialah gejala sosial pada remaja yang disebabkan oleh bentuk pengabaian sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai insting atau naluri dengan orang lain di dalam suatu kelompok dan bergaul dengan teman sebaya, hubungan dengan teman sebaya atau bergaul dengan teman sebaya sangatlah penting bagi mahasiswa agar mendapatkan teman atau relasi yang banyak. Sekarang dikenal dengan nama gang, mereka sering juga melakukan bentuk kegiatan, baik yang positif maupun negatif.

Fashion merupakan istilah yang dikenal dalam kehidupan sehari-hari karena menjadi kebutuhan dalam keseharian masyarakat. *Fashion* dapat dilihat dari mengeksperikan diri, kita bisa melihat kepribadian orang hanya dengan melihat *fashion* atau

pakaian yang ia pakai dalam kehidupan sehari-hari (Tenaya, 2021) *fashion* dapat diartikan sebagai pengaplikasian diri dalam bentuk busana. Masyarakat seringkali mengartikan bahwa *fashion* itu adalah pakaian atau busana, sebenarnya *fashion* itu adalah segala sesuatu yang disebut gaya, penampilan yang sedang *trend* pada masyarakat. *Fashion* sangat beragam dan sifatnya berubah dengan cepat apalagi dengan adanya *trend fashion* mahasiswa maupun mahasiswi sering tergoda dengan yang namanya *trend fashion*. *Fashion* sangat erat kaitannya dengan karakteristik individu, salah satunya yaitu seorang mahasiswa. Di era *trend fashion* saat ini sangat jelas mahasiswa sangat memperhatikan gaya berpakaian maupun *fashion* (Carissa, 2021). Mahasiswa saat ini terlihat sekali bahwa selalu mengikuti *trend fashion* dan lebih memilih membeli pakaian, demi agar di akui oleh teman sebaya atau teman kampusnya agar terlihat mewah.

Financial Literacy atau yang biasa disebut melek keuangan merupakan kemampuan memahami keuangan beroperasi, bagaimana orang dapat mendapatkannya, orang dapat mengelolanya, dan bagaimana orang dapat menginvestasikannya agar uang yang mereka dapatkan tidak habis dengan sia-sia. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah gaya hidup seseorang. (Velina, 2022). Pengetahuan keuangan atau *financial literacy* sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya (*knowledge and ability*).

Pengetahuam pengelolaan keuangan sendiri telah didapat oleh mahasiswa baik di kampus, maupun di lingkungan masyarakat.

Namun, dalam kenyataannya banyak mahasiswa yang belum menerapkan atau mengelola keuangannya dengan baik dan benar.

Sorong, sebuah kota di Papua, diproyeksikan untuk menjadi gerbang pengembangan teknologi digital di wilayah tersebut. Pemerintah daerah bersama dengan berbagai pemangku kepentingan berkomitmen untuk mengembangkan infrastruktur digital yang akan mendukung pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan akses masyarakat terhadap teknologi.

Dengan adanya investasi dalam jaringan internet dan fasilitas teknologi, Sorong diharapkan dapat menarik perhatian investor serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemanfaatan teknologi informasi. Inisiatif ini juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dengan memberikan pelatihan dan pendidikan terkait teknologi digital.

Melalui program-program ini, diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan teknologi untuk berbagai keperluan, mulai dari pendidikan hingga bisnis. Dengan mengedepankan Sorong sebagai pusat pengembangan teknologi, diharapkan Papua dapat bersaing dengan daerah lain dalam hal inovasi dan kemajuan digital, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di kawasan timur Indonesia.

Literasi keuangan menjadi faktor kunci bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital yang semakin kompleks. Di era di mana akses terhadap layanan keuangan digital semakin mudah, pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi, investasi, dan risiko yang terkait sangat penting untuk menghindari jebakan praktik keuangan ilegal. Mahasiswa perlu dilengkapi dengan pengetahuan yang memadai agar dapat memanfaatkan berbagai instrumen keuangan secara bijak, termasuk investasi di pasar modal, yang dapat membantu mereka mencapai kemandirian finansial di masa depan. Pentingnya literasi keuangan tidak hanya terletak pada pengelolaan uang sehari-hari, tetapi juga pada kemampuan untuk melindungi diri dari ancaman penipuan dan investasi bodong. Dengan edukasi yang tepat, mahasiswa dapat memahami hak-hak mereka sebagai konsumen jasa keuangan dan mengenali praktik-praktik ilegal yang merugikan. Oleh karena itu, program-program edukasi dan seminar mengenai literasi keuangan sangat diperlukan untuk membekali generasi muda dengan keterampilan yang diperlukan agar dapat beradaptasi dengan perubahan ekonomi global dan berkontribusi pada stabilitas ekonomi nasional.

Berdasarkan pernyataan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul: **“Pengaruh Mediasi Digital Financial Literacy Terhadap Pergaulan Trend Fashion Dan Perilaku Gaya Hidup Generasi Z**

(Gen Z) di Kabupaten Sorong.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Pergaulan Trend Fashion terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Z Kabupaten Sorong.
2. Apakah terdapat pengaruh Pergaulan Trend Fashion terhadap *Digital Financial Literacy* Generasi Z Kabupaten Sorong.
3. Apakah terdapat pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Z Kabupaten Sorong.
4. Apakah *Digital Financial Literacy* berperan sebagai variabel mediasi pada hubungan Generasi Z di Kabupaten Sorong.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pergaulan Trend Fashion terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Mahasiswa Kabupaten Sorong-Papua.
2. Untuk mengetahui Pergaulan Trend Fashion terhadap *Digital Financial Literacy* Gen Z di Kabupaten Sorong.
3. Untuk mengetahui *Digital Financial Literacy* terhadap Perilaku Gaya Hidup Gen Z di Kabupaten Sorong.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pergaulan Trend Fashion secara tidak langsung terhadap Perilaku Gaya Hidup Gen Z melalui



Digital *Financial Literacy*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Praktisi.

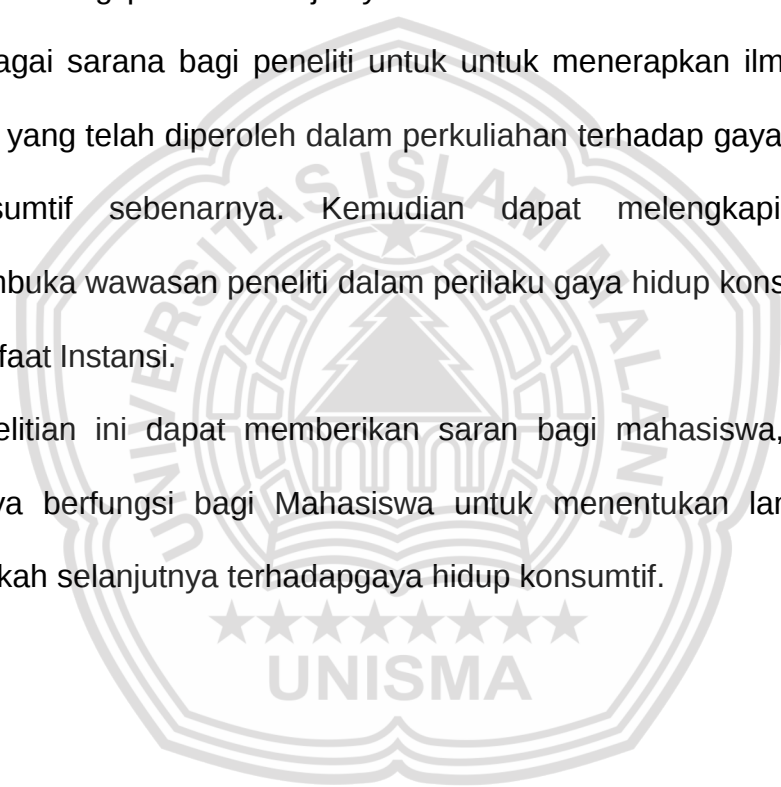
Penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian, khususnya di bidang gaya hidup mahasiswa.

2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya.

Sebagai sarana bagi peneliti untuk menerapkan ilmu dan teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan terhadap gaya hidup konsumtif sebenarnya. Kemudian dapat melengkapi dan membuka wawasan peneliti dalam perilaku gaya hidup konsumtif.

3. Manfaat Instansi.

Penelitian ini dapat memberikan saran bagi mahasiswa, tidak hanya berfungsi bagi Mahasiswa untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya terhadap gaya hidup konsumtif.



BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian dan pegujian tentang PENGARUH PERGAULAN *TREND FASHION* TERHADAP PERILAKU GAYA HIDUP GENERASI MILINEAL MELALUI MELALUI *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pergaulan *Trend Fashion* Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Milineal masyarakat Kabupaten Sorong.
2. Pergaulan *Trend Fashion* Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap *Digital Financial Literacy* Generasi Milineal masyarakat Kabupaten Sorong.
3. *Digital Financial Literacy* tidak berpengaruh perilaku gaya hidup Generasi Milineal masyarakat Kabupaten Sorong.
4. Pergaulan *Trend Fashion* Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Generasi Milineal Melalui *Digital Financial Literacy* bagi generasi milineal masarakat Kabupaten Sorong.

2. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan sesuai dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Dapat menggunakan lebih banyak literatur sebagai bahan analisa agar memperkaya pengetahuan, karena dalam penelitian ini hanya berfokus generasi milineal Kabupaten Sorong.
- b. Menggunakan variabel lain untuk menguji Perilaku Gaya Hidup Generasi Milineal Kabupaten Sorong, karena masih banyak variabel lain yang dapat digunakan dan alangkah baiknya menggunakan variable seperti lingkungan sodail, konsep diri, media sosial dan faktor ekonomi /keuangan.
- c. Diharapkan peneliti selanjutnya mampu menyempurnakan beberapa keterbatasan penelitian ini, yakni dengan memperluas jangkauan penelitian dan memperbanyak responden penelitian. Membandingkan bagaimana pengaruh pergaulan trend fashion terhadap perilaku gaya hidup generasi milineal Kabupaten Sorong yang akan menyempurnakan penelitian ini dan mampu menyajikan keragaman hasil.

2. Bagi Pemerintah dan Masayarakat umum

- a. Disarankan untuk melakukan penelitian dengan sampel yang lebih luas, mencakup seluruh masayarakat. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh pergaulan *tren fashion*.
- b. Disarankan untuk menggunakan metode penelitian campuran (mixed methods) yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terfokus (focus group

discussion) dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pergaulan *trend fashion* dan perilaku gaya hidup generasi milineal.

- c. Untuk memperkaya literatur, disarankan untuk melakukan studi kasus di seluruh wilayah yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., 7 Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh gaya Hidup dan Penggunaan Uang elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME : Jurnal of Management*, 5(2), 365-375. <https://doi.org/10.2568/YUM.V5i2.1669>
- Alamanda, Y. (2018a). 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>
- Alamanda, Y. (2018b). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Undefined*, 6(2), 273-279. <https://doi.org/10.30872/PSIKOBORNEO.V6i2.4570>
- Chaney, D. (2017) *Lifestyles: sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra. http://opac.lib.um.ac.id/index.php?s_data=bp_buku&s_field=0&id=60105&mod=b&cat=3
- Dessler, G. (2009). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Index
- Handoko, T.Hani, 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Penerbit BFFE..
- Kreitner dan Knicki.2005.*Prilaku Organisasi*. Jakarta Salemba Empat.
- Luthans. Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Penerbit Andi.
- Malayu Hasibuan S. P. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mangkunegara. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan Ke 13*. Bandung:PT . Remaja Rosdakarya Offset.
- Munzir, Danuwijaya. T., Tunang A., Dinar. L., Kassa. P. (2024) Edukasi Financial Technology (FINTECH) pada Pelajar di Kota Sorong. *Samakta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 28-35, <https://doi.org/10.61142/samakta.v1i1.59>
- Nadya, S., Varinia, T. A., Damaiyanti, P., Hidayah. S., Abstrak, K. K., & Huidup G. (2021) gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. *Indonesian Journal of Sociology, Education , and Development*, 3(2), 129-136,

<https://doi.org/10.52483/IJSED.V312.58>

Bailey, K. D. (1994). *Medthos of Social Research*. The Free Press.
PENGARUIH PERGAULAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN PONTIANAK. (nd). Retrieved November 3, 2022, from <https://text-id.123dok.com/document/yeod11rq-pengaruh-pergaulanteman-sebaya-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-pendidikan-ekonomi-fkip-untan-pontianak.html>

Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Rasionalitas Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. (n.d.). Retrieved October 27, 2022, from <https://123dok.com/document/qoo3mg5q-pengaruh-pergaulan-terhadap-rasionalitas-ekonomi-mahasiswa-pendidikan-ekonomi.html>

Saufika, A., Retnaningsih, R., & Alfiasari, A. (2012a). Gaya Hidup dan Kebiasaan Makan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 5(2), 157–165.
<https://doi.org/10.24156/JIKK.2012.5.2.157>

Saufika, A., Retnaningsih, R., & Alfiasari, A. (2012b). GAYA HIDUP DAN KEBIASAAN MAKAN MAHASISWA. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 5(2), 157–165.
<https://doi.org/10.24156/JIKK.2012.5.2.157>

Tenaya, A. A. Ngr. A. M. K. (2021). Hegemoni Fashion Barat Pada Busana Bangsawan di Bali Utara (1800-1940). *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 36(2), 245–253.
<https://doi.org/10.31091/mudra.v36i2.1478>

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37–50.
<https://doi.org/10.33370/JPW.V23I1.506>

<https://um-sorong.ac.id/berita/detail/literasi-keuangan-kunci-sukses-mahasiswa-menghadapi-tantangan-ekonomi-digital>

<https://rri.co.id/index.php/ipitek/765151/sorong-akan-jadi-gerbang-pengembangan-teknologi-digital-di-papua>