

Implikasi Penggunaan E-money, Literasi Keuangan, dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Rina Nurjanah ¹, Adibah Yahya ², Muhammad Kosim ³, Nabila Khairunnisa Putri ⁴,
Hurriyatun Ningamah ⁵

Universitas Pelita Bangsa ^{1,2,3,4,5}

*Corresponding author, e-mail: rinanurjanah16@pelitabangsa.ac.id

ARTICLE INFO

Received 15 Januari 2024

Accepted 28 Maret 2024

Published 29 Maret 2024

Keywords: e-money, financial literacy, financial attitude, consumer behaviour.

DOI :

<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v7i1.15646>

ABSTRACT

One of the illogical behaviors that affects purchase decisions is consumptive behavior, which puts wants ahead of needs. The use of electronic money, one's degree of financial literacy, and one's financial attitudes are some of the variables that influence this behavior. Consumptive behaviour can be decreased by a person's capacity to manage their usage of electronic money, financial literacy, financial attitude on consumer behavior is the aim of this research. This study analyzes data without making any assumptions using a quantitative descriptive methodology. With 92 individuals in the sample, consisted of students from Pelita Bangsa University college of business and economics. The data sources used are primary and secondary data, whereby the primary data was collected using questionnaires. The results show that e-money and financial literacy have no significant impact on consumptive behaviour, while financial attitudes show a negative influence. The findings contribute to understanding the determinants of consumptive behaviour, especially among students.



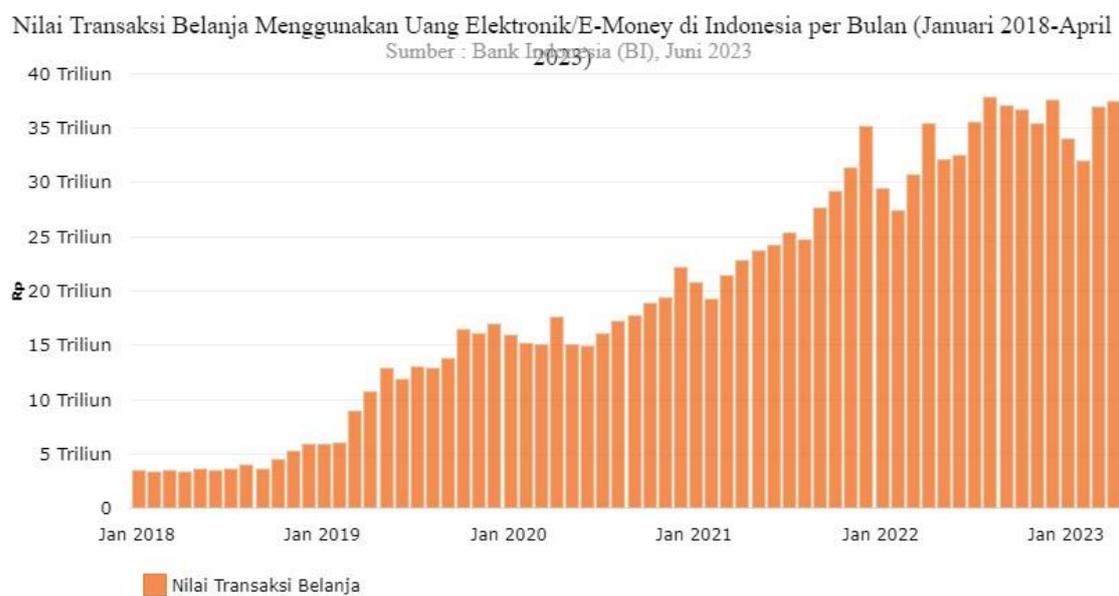
This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author.

PENDAHULUAN

Percepatan globalisasi dengan perkembangan teknologi yang pesat memberikan dampak yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat. Teknologi keuangan merupakan salah satu bidang yang terkena dampaknya. Selain itu adanya keterbatasan atas pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan. Seiring dengan kemajuan teknologi dan minimnya pemahaman masyarakat, muncul tuntutan agar masyarakat menggunakan fasilitas yang ada dengan bijak. Misalnya, penggunaan teknologi dan pengelolaan keuangan pribadi. Inovasi dalam teknologi keuangan telah menyebabkan pergeseran dari

pembayaran menggunakan uang tunai, kartu kredit, dan kartu ATM/debit ke uang elektronik atau e-money. Hal ini dilakukan melalui alat digital seperti aplikasi atau server berbasis di ponsel. E-money yang terus berkembang juga digunakan secara luas, tidak hanya dalam transaksi keuangan, tetapi juga dalam minimarket, parkir, dan bahkan sistem transportasi (BI.go.id, 2020).

Penggunaan e-money di Indonesia terus berkembang sejak tahun 2018. Masyarakat semakin banyak yang beralih dari pembayara uang tunai ke solusi e-money. Banyaknya lembaga eknologi dan keuangan ikut terlibat dalam layanan e-money dengan mengembangkan layanan keuangan yang semakin memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Berikut nilai transaksi belanja menggunakan e-money di Indonesia sejak tahun 2018 – 2023:



Gambar 1. Konsumen e-money 2018-2023

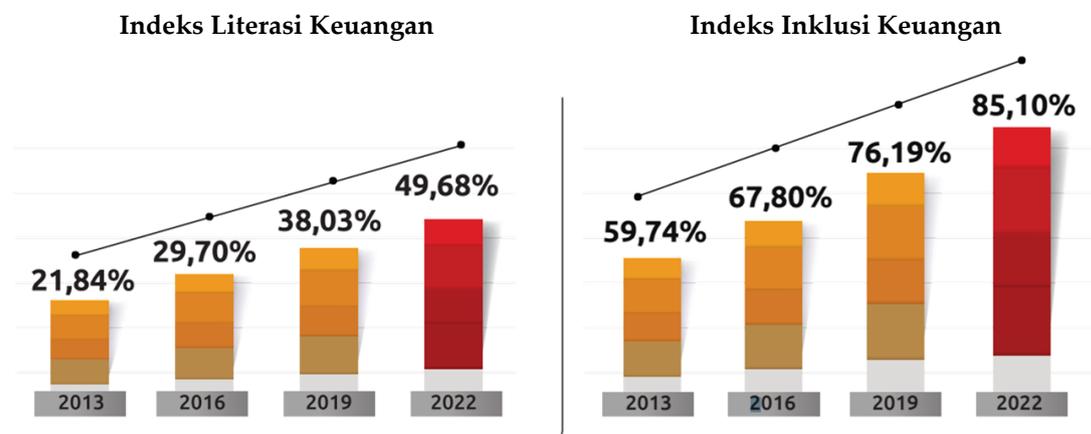
Sumber: databoks.com, 2023

Peningkatan penggunaan e-money sejak tahun 2018 sampai dengan 2022 tercermin pada Gambar 1, dengan tingkat tertinggi pada tahun 2022. Peningkatan ini terlihat sejak tahun 2020, karena adanya pandemi covid-19 yang mempercepat adopsi e-money karena masyarakat lebih memilih pembayaran nirsentuh untuk mengurangi risiko penyebaran virus. Pada tahun berikutnya, masyarakat sudah mulai terbiasa dengan penggunaan e-money sehingga memudahkan dalam transaksi.

Pemanfaatan teknologi informasi mempengaruhi perkembangan sektor perdagangan sebagai sarana yang efektif untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi, sehingga kegiatan tersebut mendukung perkembangan perdagangan dengan cara yang efektif (Farida Rohmah, 2018). Berbagai kemudahan telah mengubah perilaku masyarakat, seperti ketika belanja online, dimana konsumen membayar dengan cepat menggunakan perngakat mobile. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku seseorang ke arah perilaku konsumtif melalui penggunaan teknologi. Sehingga perilaku konsumtif dapat terjadi melalui kemudahan sistem pembayaran e-money (Al Farasyi & Iswati, 2021; Rida Nur Afiah, 2020). Konsistensi

penelitian disampaikan oleh Umami et al (2023) yang menyatakan perilaku konsumtif yang meningkat pada mahasiswa dapat diatribusikan kepada tingkat penggunaan e-money. Pemanfaatan layanan keuangan digital memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam menjalankan transaksi yang pada gilirannya dapat merangsang perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian (Yahya, 2021; Yahya et al., 2023) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh penggunaan e-money dengan perilaku konsumtif, hal ini disebabkan oleh pengelolaan keuangan yang baik sehingga penggunaan e-money dapat dikendalikan.

Kesulitan dalam pengelolaan dan perencanaan keuangan dapat diakibatkan oleh kurangnya literasi keuangan. Penting bagi setiap individu untuk memiliki pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan sebelum mengambil langkah untuk mengelola keuangan pribadi mereka. Hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 menggambarkan kondisi tersebut.



Gambar 2. Indeks literasi keuangan dan inklusi keuangan

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

Berdasarkan Gambar 2, tercermin peningkatan literasi keuangan dan inklusi keuangan di Indonesia yang mencapai 49,68% untuk literasi keuangan, dan 85,10% untuk inklusi keuangan. Dalam periode tiga tahun terakhir, ditunjukkan bahwa peningkatan sebesar 11,65% untuk literasi keuangan dan 8,82% untuk inklusi (OJK, 2022). Gambar 2 menunjukkan bahwa literasi keuangan terus meningkat sejak 2013 sampai dengan 2022. Namun hal tersebut tidak diiringi dengan pengelolaan keuangan yang baik seperti penelitian yang disampaikan oleh (Yahya et al., 2023). Dimana hasil penelitian menyatakan bahwa tinggi rendahnya literasi keuangan tidak menyurutkan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Pada dasarnya pemahaman atas literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Perilaku ini disebabkan oleh kecenderungan untuk berbelanja berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Hal tersebut tercermin dari dorongan untuk menjalani gaya hidup mewah dan berlebihan, dengan tujuan hanya untuk memuaskan keinginan pribadi dan kenyamanan fisik, tanpa mempertimbangkan faktor rasional (Yahya, 2021). Oleh karenanya ketika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan mengurangi perilaku konsumtif (Ciptasari et al., 2017). Hal ini mengindikasikan bahwa kurangnya literasi keuangan mempengaruhi

seseorang untuk membuat keputusan yang salah dalam konsumsi karena kurangnya perhitungan dalam memprioritaskan kebutuhan. Di sisi lain, masyarakat dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung membuat keputusan berdasarkan prioritas dan selektif dalam mengambil keputusan pembelian/konsumsi. Inkonsistensi terjadi dimana hasil penelitian (Safira & Susanti, 2020; Yahya, 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Selain literasi keuangan, sikap keuangan adalah faktor penting lainnya yang mempengaruhi kemungkinan seseorang untuk mengadopsi perilaku konsumtif. Perilaku keuangan yang baik tercermin dari sikap keuangan seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa sikap keuangan yang positif memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perilaku keuangan yang lebih baik (Muhidia, 2018; Prihastuty & Rahayuningsih, 2018). Sementara itu, penelitian Rosmayanti & Salam (2023) menyatakan bahwa sikap keuangan tidak mempengaruhi apakah seseorang bertindak konsumtif atau tidak. Sikap keuangan seseorang akan terkendali ketika mereka memahami lebih banyak tentang pengetahuan keuangan. Karena semakin tinggi sikap pengendalian diri mereka maka perilaku konsumtif. Sebaliknya ketika terjadi peningkatan perilaku konsumtif, berarti tingkat sikap pengendalian diri seseorang terhadap keuangan menurun.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu serta pemilihan variabel terkait dengan perilaku konsumtif menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian ini. Penelitian ini memiliki kebaruan karena mencakup tiga elemen utama, yaitu penggunaan E-money, literasi keuangan, dan sikap keuangan, dalam satu kerangka penelitian. Penggabungan ketiga faktor ini memberikan pemahaman holistik tentang bagaimana aspek teknologi keuangan, pemahaman finansial, dan sikap individu dapat saling memengaruhi dan berkontribusi terhadap perilaku konsumtif. Dalam konteks perkembangan teknologi keuangan, fokus pada implikasi penggunaan E-money menjadi hal yang baru.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, penelitian ini merupakan pengembangan studi mengenai perilaku keuangan khususnya perilaku konsumtif. Penulis berfokus pada variabel e-money, literasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif individu dalam era uang elektronik yang semakin dominan. Informasi ini dapat membantu dalam pengembangan program literasi keuangan, serta memberikan panduan bagi individu dan keluarga dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada literatur perilaku konsumen dan keuangan pribadi yang lebih luas, serta membantu pengambil kebijakan dalam memahami implikasi perkembangan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif dan keuangan individu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu jenis analisis data dimana data yang telah terkumpul digambarkan atau dijelaskan sebagaimana adanya, tanpa harus membuat suatu hasil yang dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2019). Sumber data yang

digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder, data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui pengisian kuesioner oleh responden. Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, variabel independen terdiri dari variabel e-money, literasi keuangan, dan sikap keuangan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pemilihan sampel menggunakan *simple random sampling*, adalah teknik dimana sampel diambil dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang mungkin ada dalam populasi tersebut. Proses pengumpulan data ditetapkan selama satu bulan yaitu di bulan Juli 2023 dengan jumlah responden terkumpul sebanyak 92 responden.

Metode analisis data menggunakan uji kualitas data dengan menguji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya melakukan pengujian asumsi klasik, dan uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji f (simultan), dan perhitungan koefisien determinasi. Perhitungan atas tingkat jawaban responden pada setiap item yang diambil dari nilai rata-rata responden. Untuk penilaian Perilaku Konsumtif, dikarenakan perilaku konsumtif merupakan perilaku yang didasarkan perilaku kurang baik maka garis kontinum berada pada penilaian sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan gambaran data penelitian dalam hal ini terkait informasi data responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta tingkat pendapatan. Berikut deskripsi atas data responden:

Tabel 1. Deskripsi data responden

No	Keterangan		Jumlah
1	Demografi		
	Laki-laki		19%
	Perempuan		81%
2	Usia rata-rata	22-24 tahun	49,40%
3	Pekerjaan rata-rata	Karyawan	72,25%
4	Tingkat pendapatan	3 – 5 juta per bulan	40%

Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 97 orang dengan informasi umum mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Dari data responden yang telah dikumpulkan, diketahui bahwa responden lebih banyak didominasi oleh perempuan dengan tingkat usia antara 22 – 24 tahun. Responden sebanyak 72,25% berstatus sebagai karyawan/pekerja, dengan rata-rata tingkat pendapatan berkisar antara 3 – 5 Juta Rupiah per bulannya.

Tabel 2. Kategori interpretasi hasil kuesiner

No	Variabel	Nilai Rata-rata	Kesimpulan
1	Perilaku Konsumtif	2,81	Kurang baik
2	E-Money	4,39	Baik sekali
3	Literasi Keuangan	3,81	Baik
4	Sikap Keuangan	4,00	Baik

Sumber: kuesioner penelitian, data diolah 2023.

Dari hasil tersebut, didapat hasil rata-rata nilai responden sebesar 2,81 yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berada pada kategori “kurang baik”. Hal ini menindikasikan bahwa responden memiliki perilaku konsumtif yang rendah dalam kehidupan sehari-hari. Untuk variabel e-money 4,39 menunjukkan penilaian responden atas pernyataan yang disampaikan masuk pada kategori “baik sekali”, tercermin bahwa responden menggunakan e-money sebagai alat transaksi yang memberi kemudahan, cepat dan dapat dipercaya. Variabel literasi keuangan berada pada kategori “baik”, menunjukkan bahwa responden memahami literasi keuangan dengan baik. Berikutnya variabel sikap keuangan yang berada pada nilai 4,00 berada pada kategori “baik” yang menggambarkan responden memiliki sikap perencanaan dalam pengelolaan keuangan.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan untuk menentukan kevalidan data dan mengukur keandalan data kuesioner. Kriteria untuk uji validitas, kevalidan data akan diterima jika nilai r -hitung lebih dari r -tabel. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai r -tabel sebesar 0,1726. Sedangkan keandalan data diukur melalui nilai Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai Cronbach's alpha $> 0,60$.

Pengujian asumsi klasik

Tabel 3. Hasil uji asumsi klasik

Jenis pengujian	Hasil uji	Kesimpulan
Uji normalitas	Nilai asymp. Sig = 0,200	Data terdistribusi normal nilai sig $> 0,05$
Uji Multikolinieritas:	Tolerance: VIF	Data menunjukkan nilai
Literasi Keuangan	0,632 1,582	tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .
Sikap Keuangan	0,679 1,472	Data terbebas dari
Uang elektronik	0,904 1,106	multikolinieritas

Jenis pengujian	Hasil uji	Kesimpulan
Uji Heteroskedastisitas:		Data terbebas dari
Literasi Keuangan	Sig. 0,404	heteroskedastisitas dengan
Sikap Keuangan	Sig. 0,543	nilai Sig > 0,05
Uang elektronik	Sig. 0,111	

Dari hasil uji asumsi klasik data penelitian telah memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke pengujian berikutnya.

Uji hipotesis

Analisis linier berganda digunakan untuk memahaki pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, yang dinyatakan melalui persamaan regresi.

Tabel 4. Hasil uji analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.945	4.165		4.788	.000
E-money (X1)	.226	.128	.187	1.773	.080
Literasi Keuangan (X2)	.205	.186	.139	1.103	.273
Sikap Keuangan (X3)	-.498	.179	-.339	-2.781	.007

Berdasarkan tabel 4, didapat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 19,945 + 0,205 X1 - 0,498 X2 + 0,226X3 + 0,919e$$

Nilai konstanta memiliki tanda positif sebesar 19,345, nilai positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi e-money (X1), literasi keuangan (X2), dan sikap keuangan (X3), bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Perilaku Konsumtif adalah 19,945. Selain menggambarkan mengenai perubahan variabel dependen dan independen, hasil uji regresi linier berganda pada tabel 5 dapat menunjukkan pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Dari tabel tersebut nilai signifikansi variabel e-money menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,080 lebih dari 0.05 yang berarti bahwa e-money tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berikutnya variabel literasi keuangan yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.273 lebih dari 0.05, berarti bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Untuk variabel sikap keuangan nilai signifikansi sebesar 0.007 kurang dari 0.05 menunjukkan bahwa sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Hasil uji F (simultan) dan koefisien determinasi

Pada pengujian secara simultan terlihat pada tabel 8, dengan menggunakan uji F, didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 atau nilai sig. < 0,05. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel

literasi keuangan, sikap keuangan, dan e-money secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 5. Hasil uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205,040	3	68,347	3,657	,015 ^b
	Residual	1644,830	88	18,691		
	Total	1849,870	91			

Tabel 6. Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,333a	,111	,081	4,32334

Berdasarkan tabel 9, dapat dijelaskan bahwa variabel literasi keuangan, sikap keuangan, dan uang elektronik secara bersama dapat menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 8,1%, sedangkan sisanya sebesar 91,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai t-hitung variabel e-money (X1) bertanda positif sebesar 1,773 dan ttabel sebesar 1.987 dengan nilai signifikan 0,273. Dilihat dari hasil t-hitung < t-tabel dan nilai signifikansi 0,008 > 0,05, maka dapat diambil kesimpulan variabel e-money tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa e-money berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif tidak terbukti. Hasil penelitian sejalan dengan (Afifah & Yudiantoro, 2022; Mengga et al., 2023) yang menyatakan bahwa e-money tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa penggunaan e-money tidak mempengaruhi seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif. Dari hasil penilaian responden menunjukkan bahwa responden mampu mengurangi pembelian yang tidak perlu dan mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, sehingga walaupun mereka memiliki e-money tidak menyebabkan mereka melakukan perilaku konsumtif. Hasil penelitian bertolak belakang dengan (Insana & Johan, 2021; Rukmana & Azib, 2021) yang menemukan bukti bahwa penggunaan e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan e-money dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada diri seseorang. Peningkatan perilaku konsumtif diiringi oleh penggunaan e-money yang mudah dan cepat digunakan. Oleh sebab itu, penggunaan e-money dapat memengaruhi sifat konsumtif seseorang.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai thitung variabel Literasi Keuangan (X2) sebesar 1,1078 dan ttabel sebesar 1.987 dengan nilai signifikan 0,273. Dilihat dari hasil t-hitung < t-tabel dan nilai signifikansi 0,273 > 0,05, maka dapat diambil kesimpulan hipotesis kedua yang menyatakan adanya pengaruh variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak terbukti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif hal ini sejalan dengan penelitian

(Kusumaningtyas & Canda Sakti, 2017; Yahya, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden telah mampu mengatur keuangannya dengan baik sehingga mampu mengontrol pengeluaran dan perencanaan serta melakukan survei terhadap harga barang sebelum mengambil keputusan pembelian. Meskipun mereka mungkin tidak memahami literasi keuangan, bukan berarti mereka otomatis akan bersikap konsumtif. Kemungkinan ini dapat diatribusikan pada faktor-faktor psikologis atau pendidikan keluarga sejak dini dalam membahas pengelolaan keuangan. Hasil penelitian bertolak belakang dengan (Udayanthi et al., 2018) mengindikasikan bahwa literasi keuangan memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif.

Menurut OJK, salah satu keuntungan literasi keuangan merupakan kemampuan untuk memilih dan menggunakan produk serta layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan individu. Oleh karena itu, seseorang dapat menggunakan produk dan layanan keuangan untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Kemampuan menabung dan alokasi uang secara bijak juga dapat mencegah kecenderungan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan. Pentingnya melakukan pencatatan keuangan juga dapat dilihat dari aspek pembukuan, yang membantu individu memahami dan mengidentifikasi kebutuhan yang harus diprioritaskan serta mana yang sebaiknya diabaikan. Faktor eksternal seperti iklan dan pengaruh dari teman sebaya juga dapat mempengaruhi literasi keuangan seseorang.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai *t*-hitung variabel Sikap Keuangan (X3) bertanda negatif sebesar -2.781 dan *t*-tabel sebesar 1.987 dengan nilai signifikan 0,007. Dilihat dari hasil *t*-hitung > *t*-tabel dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan hipotesis ketiga yang menyatakan adanya pengaruh variabel sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif terbukti. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Dilasari, 2020; Prihastuty & Rahayuningsih, 2018), yang menemukan bukti bahwa sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ketika sikap keuangan seseorang baik, mencerminkan pengelolaannya keuangan yang baik sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki sikap keuangan cenderung lebih bijak dalam mengelola dan merencanakan pengeluaran mereka. Sikap keuangan yang baik dapat bertindak sebagai penghambat perilaku konsumtif yang tidak terkendali dan membantu individu membuat keputusan finansial yang lebih terarah. Namun dalam penelitian (Atmaja & Susanti, 2022) menyatakan bahwa Sikap keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sikap individu mempunyai cara pandang dan perilaku yang berbeda terkait dengan uang. Uang dapat mempengaruhi seseorang untuk berpikir dan bertindak secara irrasional. Sikap terhadap uang dapat menciptakan sifat dan perilaku seperti keserakahan, dendam, ketakutan, dan perilaku anti-sosial. Cara individu menafsirkan uang sebagai alat memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan dan tindakan yang diambil. Sikap keuangan juga memainkan peran penting dalam mendorong perilaku pembelian yang bersifat kompulsif di kalangan mahasiswa. Dengan kata lain, seseorang, terutama mahasiswa, yang memiliki sikap keuangan yang baik cenderung menganggap uang sebagai sarana untuk memenuhi keinginan mereka, secara alami akan mendorong untuk menghabiskan uangnya.

Berdasarkan bahwa nilai *F*-hitung sebesar 3,657 jika dibandingkan dengan *F*-tabel pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 2,71 maka nilai *F*-hitung lebih besar dari *F*-tabel $3,657 > 2,71$

dengan nilai signifikansi $< \text{Alpha}$ yaitu $0,015 < 0,05$ sehingga hipotesis empat diterima. Maka secara simultan atau bersama – sama variable e-money (X1), literasi keuangan (X2), sikap keuangan (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi Keuangan merupakan indikator pengukuran terhadap seseorang dalam melakukan pengelolaan keuangan. Baik buruknya literasi seseorang menggambarkan kemampuan pengelolaan keuangannya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan akan semakin baik pengelolaan keuangannya. Pengelolaan keuangan yang baik cenderung terhindar dari perilaku konsumtif, yaitu perilaku keuangan yang menunjukkan seseorang sangat mudah terpengaruh untuk membeli barang tanpa memikirkan kegunaan barang tersebut. Selanjutnya perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh sikap keuangandi mana sikap keuangan individu mencerminkan bagaimana kepribadian seseorang tercermin dalam praktik pengelolaan keuangan yang efektif. Sikap keuangan dapat diinterpretasikan sebagai kondisi pikiran, pandangan, dan penilaian individu terhadap aspek keuangan pribadinya yang kemudian tercermin dalam perilaku dan sikap keuangan yang dimiliki. Namun pemicu dari perilaku konsumtif yaitu kemudahan transaksi, kemudahan tersebut dapat dilihat dari sisi pembayaran. Adanya uang elektronik memudahkan seseorang untuk melakukan transaksi, karena belanja menjadi lebih efisien, cepat, aman, dan nyaman. Sehingga hal tersebut memicu perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan kesesuaian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05, sehingga dapat dibuktikan bahwa literasi keuangan, sikap keuangan, dan uang elektronik berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang dan jasa dengan tingkat konsumsi yang tinggi yang seringkali lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini adalah penggunaan e-money, literasi keuangan dan sikap keuangan. Setelah pengujian dilakukan pada responden pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, didapatkan hasil bahwa e-money dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun sikap keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki sikap keuangan yang baik, sehingga mampu mengendalikan perilaku konsumtif. Penggunaan e-money yang dimiliki mahasiswa cenderung dapat dikendalikan untuk pembelanjaan. Literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa mampu mengarahkan mereka untuk dapat mengurangi tindakan konsumtif. Saran untuk penelitian berikutnya untuk penentuan objek penelitian mengarah pada perilaku konsumtif anak yang didasarkan pada pendidikan keuangan di keluarga, serta objek lainnya yaitu untuk pegawai ASN, pelaku UMKM, dan lain sebagainya. Untuk variabel dapat menambahkan literasi digital, digital marketing, gaya hidup, pay-later, promosi, pengaruh pergaulan teman, dan lain sebagainya. Kontribusi penelitian untuk menambah wawasan dan referensi atas faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang.

REFERENSI

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 365–375. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Al Farasyi, F., & Iswati, H. (2021). Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Syntax Idea*, 3(11), 2351–2371.
- Atmaja, R. M., & Susanti, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pengguna Shopee Di Solo. 8(01), 57–66.
- BI.go.id. (2020). *Edukasi: Apa itu Uang Elektronik*. Komunikasi, Departemen. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Ciptasari, W. N., Andayani, E., & Yudiono, U. (2017). Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi dan Modernitas Individu. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1–6. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/3844>
- Dilasari. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 74–87.
- Farida Rohmah. (2018). Perkembangan Uang Elektronik pada Perdagangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(1), 1–19. <http://www.albayan.ae>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Kusumaningtyas, I., & Canda Sakti, N. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3).
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (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*, 1(1), 44–58. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JREA/article/view/148>
- Muhidia, S. C. U. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Locus of Control Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Manajerial*, 5(2), 58–65.
- OJK. (2022). Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *Otoritas Jasa Keuangan, November*, 10–12.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. In *Ojk.Go.Id*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). The influence of financial literacy, financial behavior, financial attitude, and demographics on consumptive behavior (Study on undergraduate students, Faculty of Economics, University of 17 August 1945, Surabaya). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(02), 121–134.
- Rida Nur Afiah. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034%0Ahttps://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228%0Ahttps://doi.org/10.1016/j>

- .ssci.2020.104773%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011%0Ahttps://doi.o
- Rosmayanti, N. D., & Salam, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *USC: UTS Student Conference*, 1(4), 155–165. <https://conference.uts.ac.id/index.php/Student/article/view/561>
- Rukmana, K. L., & Azib, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan pelaku ekonomi kreatif kota Bandung di masa pandemi Covid - 19. *Prosding Manajemen*, 7(1), 227–232.
- Safira, M. E., & Susanti, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 4(2), 97–112. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v4n2.p97-112>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.
- Umami, N., Syofyan, R., & Padang, U. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang
Abstract : This study aims to determine and analyze 1) the effect of digital financial literacy on the consumptive behavior of students of. *Jurnal Salingka Nagari*, 02(1), 341–354.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Kewirausahaan*, 23(01), 37–50. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yahya, A., Mardiani, I. N., Fuadi, A., & Muhsoni, R. (2023). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Gender. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(2), 2274. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3540>