

## **Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee *Paylater* dan *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun 2023**

**Adellia Lailatul Putri<sup>1</sup>, Ruly Priantilianingtiasari<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

[adellialailatulputri@gmail.com](mailto:adellialailatulputri@gmail.com)<sup>1</sup>, [rulypriantilia@uinsatu.ac.id](mailto:rulypriantilia@uinsatu.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim of knowing the effect of financial literacy, the use of shopee paylater and also life style on the consumptive behavior of students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. The type of approach used is quantitative, with an associative type of research. The research population is students of the Faculty of Economics and Islamic Business with a total of 5,358, while the sample used is 372. This study uses purposive sampling technique. The data used is primary data and the data collection technique uses a questionnaire. The variables used are independent variables in the form of financial literacy, the use of shopee paylater and also life style, while the dependent variable is consumptive behavior. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it shows that financial literacy has a significant influence on student consumptive behavior, the use of shopee paylater has a significant influence on student consumptive behavior, and life style has a significant effect on student consumptive behavior.*

**Keywords :** *financial literacy, the use of shopee paylater, life style, consumptive behavior*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui pengaruh literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan juga *life style* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Jenis pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian yakni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jumlah 5.358, sedangkan sampel yang digunakan adalah 372. Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Data yang dipakai yakni data primer dan teknik pengumpulan datanya memakai kuesioner. Variabel yang dipakai yakni variabel independen berupa literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan juga *life style*, sementara variabel dependennya adalah perilaku konsumtif. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, penggunaan shopee *paylater* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta *life style* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

**Kata kunci :** *literasi keuangan, penggunaan shopee paylater, life style, perilaku konsumtif*

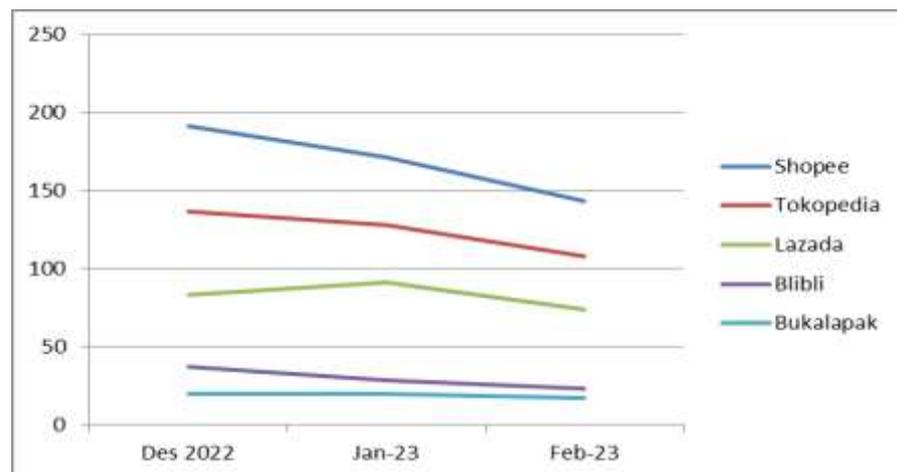
### **PENDAHULUAN**

Literasi keuangan yang relatif rendah melahirkan permasalahan yang cukup mendalam sebab berdampak destruktif atas perilaku keuangan dan pengelolaan

keuangan, sebab memungkinkan seseorang tidak merencanakan tabungan hari tua, memiliki hutang dengan suku bunga tinggi dan tidak memiliki banyak asset. Pada tahun 2013 DEFINIT, SEAJI dan OJK melakukan riset dengan melibatkan 450 responden dari wilayah Medan, Surabaya dan Jakarta yang menunjukkan literasi keuangan masyarakat Indonesia relatif rendah dengan perolehan rata-rata 42,51 dari skala 0 – 100 (Hidajat, 2015). Oleh sebab itu penting dilakukan ikhtiar demi menumbuhkan literasi keuangan, terlebih lagi di era serba digitalisasi seperti saat ini. Salah satu bentuk pemanfaatan era digitalisasi adalah dengan adanya berbagai macam aplikasi *e-commerce*.

*E-commerce* yang dikenal publik sejak tahun 1994 kini telah mengalami perubahan, mulanya *e-commerce* digunakan untuk media promosi dan iklan di sebuah *website*, kemudian seiring dengan berjalannya waktu *e-commerce* berkembang menjadi media perdagangan yang memanfaatkan fasilitas elektronik dan internet yakni berupa jaringan komputer dan televisi. Angka pengguna *e-commerce* di Indonesia berangsur mengalami kenaikan setiap tahunnya. Indonesia menjadi peringkat pertama dan negara tertinggi di dunia dengan pertumbuhan nilai perdagangan *e-commerce* mencapai 78% dan pada tahun 2021 hampir seluruh dari total 88% pemakai internet Indonesia telah membeli produk di situs belanja *online* (Mundzir, 2021). Diantara aplikasi *e-commerce* lain, shopee menjadi aplikasi dengan jumlah pengguna paling tinggi di Indonesia.

**Gambar 1**  
**Pengguna Aplikasi *E-commerce* di Indonesia**



Sumber : databoks.katadata.co.id

Berangkat dari grafik gambar 1 menunjukkan bahwa shopee menjadi *e-commerce* yang teramat sering diakses di Indonesia. Shopee ialah *e-commerce* yang menawarkan beragam metode pembayaran, diantaranya adalah *COD (Cash on Delivery)*, *shopee pay*, *shopee paylater*, transfer bank dan pembayaran melalui waralaba. *Shopee paylater* yaitu fitur metode pembayaran yang dapat dibayar dengan dua pilihan, yakni “bayar nanti” yang dapat di bayar setelah tanggal jatuh tempo terbit dan kredit dengan tenggat waktu 3, 6 dan 12 bulan. Adanya fitur

shopee *paylater* memungkinkan individu merubah gaya hidup yang cenderung mengikuti *trend* atau yang tengah menjadi topik hangat di berbagai kalangan media sosial, mengingat saat ini mudah mengakses internet di ponsel masing-masing kapanpun dan dimanapun berada.

Sehingga perubahan gaya hidup ini memungkinkan individu menjadi berperilaku konsumtif, yakni perilaku yang dilakukan semata-mata untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan. Seseorang yang berperilaku konsumtif bertindak tanpa mempertimbangkan secara rasional dan tanpa berpikir panjang sehingga dapat merugikan diri sendiri (Wardani & Anggadita, 2021). Hal ini dibuktikan dalam *research* yang telah dilaksanakan oleh Sardiyo bersama Martini memverifikasi literasi keuangan juga *life style* memiliki pengaruh atas perilaku konsumtif mahasiswa (Sardiyo & Martini, 2022). Hasil *research* tersebut selaras dengan hasil akhir yang dilaksanakan oleh Delyana dan Hastina bahwa secara bersama-sama *life style* serta literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Pulungan & Febriaty, 2018).

Mengenai perumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya adalah :

1. Bagaimana literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Bagaimana penggunaan shopee *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Bagaimana *life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
4. Bagaimana literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan *life style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya adalah :

1. Guna melakukan analisis terkait pengaruh dari literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
2. Guna melakukan analisis terkait pengaruh penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
3. Guna menganalisis pengaruh *life style* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
4. Guna menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan *life style* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

## TINJAUAN LITERATUR

### Literasi Keuangan

Menurut Gallardo dan Libot seperti dikutip dalam Ismanto, menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan gabungan dari kesadaran dan juga pengetahuan bisnis serta keuangan, kemandirian finansial, manajemen keuangan dan perencanaan (Ismanto, dkk., 2019). Selaras dengan pendapat Aprea dkk seperti dikutip dalam Gunawan bahwa literasi keuangan diartikan sebagai pengetahuan dan juga pemahaman mengenai risiko keuangan, konsep keuangan, kemampuan, kepercayaan diri dan motivasi sebagai peran dalam membuat keputusan mengenai keuangan dan juga mensejahterakan keuangan individu maupun masyarakat (Gunawan, 2022). Menurut Cohen & Nelson seperti dikutip dalam Herdinata dan

Pranatasari bahwa literasi keuangan adalah keterampilan dalam proses pengelolaan keuangan untuk penggunaan saat ini dan masa depan, meliputi perencanaan masa depan, membelanjakan uang dengan bijak dan mempertimbangkan manajemen risiko (Herdinata & Pranatasari, 2020).

Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan yakni literasi keuangan sebagai pengetahuan serta ketrampilan dalam bidang keuangan meliputi rencana keuangan, manajemen keuangan dan pengelolaan keuangan. Dengan mempelajari literasi keuangan mampu membantu keahlian perorangan maupun kelompok dalam mengatur keuangan menjadi lebih baik dan tepat, membantu individu untuk memahami konsep keuangan yang sebenarnya dan literasi keuangan tak hanya berfokus pada pengetahuan dan keterampilan namun juga sikap dan kesadaran perorangan dalam mengendalikan keuangannya dengan efektif, tepat dan juga mandiri. Kegunaan literasi keuangan yaitu meningkatkan kualitas individu dalam mengambil keputusan serta pengelolaan keuangan terhadap keuangan pribadinya dan terjadinya peralihan tindakan maupun sikap dalam mengatur keuangan menjadi lebih baik daripada sebelumnya.

### **Penggunaan Shopee *Paylater***

Shopee *paylater* adalah salah satu fitur dari aplikasi shopee yang saat ini banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh sebagian orang. Shopee *paylater* ialah cara pembayaran yang tersedia di aplikasi shopee. Fitur ini memiliki dua pilihan tenggat waktu pembayaran, yakni "bayar nanti" yang dapat dibayar ketika tagihan diterbitkan dan sistem kredit dengan beberapa waktu pembayaran. Mekanisme penggunaan shopee *paylater* ini cukup mudah. Pengguna hanya perlu memilih barang yang akan di beli kemudian memilih metode pembayaran shopee *paylater* kemudian memilih tenggat waktu yang akan di ambil. Ada pilihan tenggat waktu yang dapat di bayar selama beberapa bulan. Opsi yang ada yaitu 3 kali pembayaran/tiga bulan, 6 kali pembayaran dan 12 kali pembayaran. Menurut Kurniasri dan Fisabilillah dikutip dalam Chusnul dan Mifta bahwa bunga cicilan pada fitur ini sebanyak 2,95% untuk pembelian dengan bayar nanti dalam kurun waktu satu bulan. Setiap transaksi akan dikenakan biaya penanganan 1% dan apabila ada keterlambatan pembayaran maka akan dikenakan denda sebesar 5% (Rofiah & Nurfaizza, 2023).

### ***Life Style***

Menurut Lamb, Hair & McDaniel seperti dikutip dalam Septiana bahwa *life style* adalah variabel gaya hidup yang dipahami sebagai suatu karakteristik psikografis karena aktivitas, minat dan opini merupakan variabel yang berorientasi psikologi yang dapat diukur (Septiana, 2017). Menurut Yohanes seperti dikutip dalam Wardhana dkk bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku individu dan menentukan pola konsumsi individu tersebut (Wardhana, dkk., 2022). Menurut Chaney seperti dikutip dalam Suyanto bahwa gaya hidup adalah karakteristik dari modernitas. Artinya, individu atau kelompok yang hidup dalam modernitas maka akan cenderung memakai *life style* sebagai gagasan guna merepresentasikan

tindakannya (Suyanto, 2013). Dari beberapa teori diatas, diperoleh kesimpulan bahwa gaya hidup seseorang ditentukan oleh beberapa hal, diantaranya adalah bagaimana orang-orang menghabiskan waktunya, bagaimana lingkungannya, bagaimana pola pikir mereka dan juga berdasarkan *trend* yang sedang berkembang. Sehingga bagaimana seseorang itu hidup dan juga dimana ia tinggal sangat berpengaruh dengan gaya hidup yang ia pilih.

## Perilaku Konsumtif

Teori Kotler dan Keller seperti dikutip dalam Haryanto menyatakan bahwa perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi terkait bagaimana individu, kelompok maupun organisasi menentukan, membeli dan memakai serta bagaimana barang, jasa dan ide guna memuaskan kebutuhan dan juga keinginan mereka (Haryanto, 2020). Menurut Sumartono seperti dikutip dalam Widriyani bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan kegunaannya dan didasarkan pada faktor keinginan bukan kebutuhan (Widriyani, 2022). Menurut Engel seperti dikutip dalam Pratiwi dkk bahwa perilaku konsumtif merupakan usaha seseorang untuk memperoleh dan memakai barang maupun jasa ekonomis dengan proses merumuskan keputusan serta pencetusan tindakan tertentu (Pratiwi, dkk., 2022). Dari pernyataan diatas diperoleh kesimpulan bahwa perilaku konsumtif yakni aktivitas membeli barang berangsur-angsur tanpa memerhatikan manfaat dan kegunaannya dan lebih memilih memenuhi keinginan daripada kebutuhan. Individu yang cenderung berperilaku konsumtif memungkinkannya mendapatkan pengakuan, status sosial dan kelas sosial dari publik.

## Hipotesis

Berangkat dari hubungan antar variabel bebas dan terikat dengan penelitian terdahulu, maka diperoleh hipotesis seperti berikut:

H<sub>1</sub> : Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa

H<sub>2</sub> : Penggunaan shopee *paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa

H<sub>3</sub> : *Life style* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H<sub>4</sub> : Literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan *life style* berpengaruh secara

signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan jenis pendekatan kuantitatif serta memakai model penelitian asosiatif. Populasi yang dipakai adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun 2023 sebanyak 5.358. Teknik sampling

menggunakan teknik *purposive sampling* dari mahasiswa yang memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Adapun kriterianya adalah mahasiswa aktif UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pengguna aplikasi shopee dan mengaktifkan serta juga menggunakan fitur shopee *paylater*. Dalam mengambil jumlah sampel, penelitian ini mengaplikasikan rumus slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) 5% dan tingkat kepercayaan 95%. *Margin of error* dalam penelitian bisa berapa saja namun yang umum digunakan adalah 0,05% dan 10% atau 0,1 (Abdurachman & Arifiani, 2022). Berikut rumus slovin guna mendeteksi total sampel yang dibutuhkan:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : *margin of error* pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)} \\ n &= \frac{5358}{1 + (5358 \cdot (0,05)^2)} \\ n &= \frac{5358}{14,395} \\ n &= 372,21 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan dengan mengenakan rumus slovin diperoleh besaran sampel 372,21 yang dibulatkan kebulatan terdekat yaitu 372, maka penelitian ini membutuhkan 372 responden. Sumber data yang didapatkan yakni data primer yang didapatkan dari mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang telah mengisi kuesioner pada *google form* yang dibagikan lewat *whatsapp* dan telegram. Variabel dependen yang dipakai yakni perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara variabel independennya yakni literasi keuangan (X1) penggunaan shopee *paylater* (X2) dan *life style* (X3). Penelitian ini memakai skala *likert* dalam pengukurannya. Metode analisis data yang dipakai yakni uji regresi linear berganda karena variabel bebasnya lebih dari satu (Ghodang & Hantono, 2020). Kemudian dilakukan uji signifikansi secara parsial yaitu pengujian yang dipakai guna mengetahui pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependennya, juga dilakukan uji signifikansi secara simultan guna melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan (Kurniawan & Yuniarto, 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai guna memastikan sah atau tidaknya kuesioner dan untuk menjaga kualitas data. Uji validitas wajib digunakan apabila dalam pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner (Darma, 2017).

**Tabel 1 Hasil uji Validitas**

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Sig.(2 - tailed)	$\alpha$ 0,05	Keterangan
1	0.392	0.10169805	0.000	0,05	Valid
2	0.468	0.10169805	0.000	0,05	Valid
3	0.534	0.10169805	0.000	0,05	Valid
4	0.546	0.10169805	0.000	0,05	Valid
5	0.664	0.10169805	0.000	0,05	Valid
6	0.698	0.10169805	0.000	0,05	Valid
7	0.578	0.10169805	0.000	0,05	Valid
8	0.658	0.10169805	0.000	0,05	Valid
9	0.689	0.10169805	0.000	0,05	Valid
10	0.568	0.10169805	0.000	0,05	Valid
11	0.624	0.10169805	0.000	0,05	Valid
12	0.247	0.10169805	0.000	0,05	Valid
13	0.198	0.10169805	0.000	0,05	Valid
14	0.268	0.10169805	0.000	0,05	Valid
15	0.192	0.10169805	0.000	0,05	Valid
16	0.288	0.10169805	0.000	0,05	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $0,392 > 0,10169805$ . Dan signifikansi *pearson*  $< 0,05$  dengan nilai  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa data tersebut valid atau memenuhi syarat.

## b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilaksanakan uji reliabilitas guna menunjukkan data kuesioner dapat dipercaya dan konsisten dari waktu ke waktu (Darma, 2017).

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0.861	16	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa *Cronbach's Alpha*  $> sig$  dengan nilai  $0,861 > 0,05$ . Maka instrument akan stabil dan konsisten dari masa ke masa dan item penelitian ini reliabel atau terpercaya.

## Uji Asumsi Klasik

### a. Normalitas Data

Uji normalitas dipakai guna mengetahui residual yang diperoleh apakah status distribusinya normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal maka dianggap sebagai model regresi yang baik (Priyatno, 2022).

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		377
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2162.28859163
Most Extreme Differences	Absolute	.031
	Positive	.029
	Negative	-.031
Kolmogorov-Smirnov Z		.604
Asymp. Sig. (2-tailed)		.858

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 3 hasil uji normalitas, diperoleh hasil bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,858, dan *nilai Asymp. Sig. (2-tailed)*  $0,858 > 0,05$ , maka berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Sehingga bisa ditarik kesimpulan data penelitian distribusinya normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai guna mengetahui korelasi antar variabel (Priyatno, 2022).

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	Collinearity Statistics
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.924	1.082
	X2	.864	1.157
	X3	.837	1.195

Sumber: Data diolah Peneliti

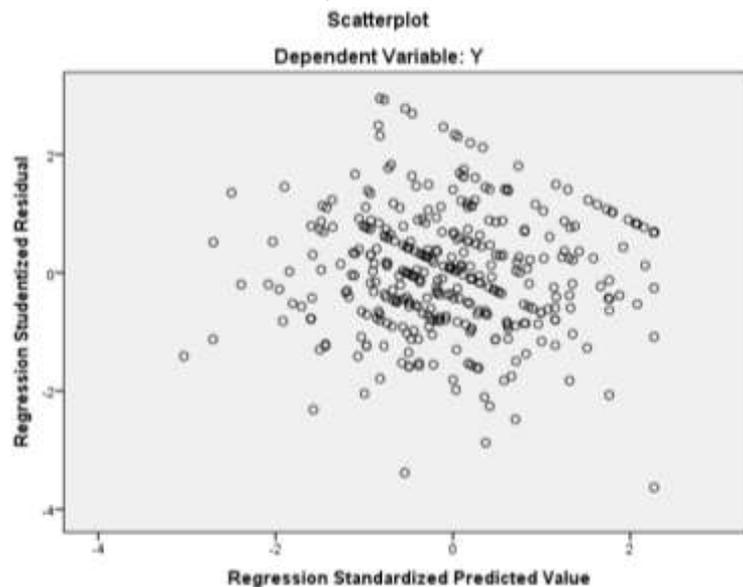
Berangkat dari hasil analisis pada tabel 4 bahwa X1 (Variabel Literasi

Keuangan) nilai *Tolerance* 0,924 > 0,10 dan nilai VIF 1,082 < 10. Sedangkan X2 (Variabel Penggunaan Shopee *Paylater*) bernilai *Tolerance* 0,864 > 0,10 dan nilai VIF 1,157 < 10. Dan X3 (Variabel *Life Style*) bernilai *Tolerance* 0,837 > 0,10 dan nilai VIF 1,195 < 10. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada setiap variabel.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini menyatakan jika terdapat pola tertentu dan membentuk sebuah pola teratur, seperti gelombang, membesar atau mengecil, maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan apabila tidak didapatkan pola, melainkan hanya titik-titik yang menyebar pada angka 0 sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2022).

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar diatas menunjukkan *output* uji heteroskedastisitas menunjukkan titik-titik yang menyebar dan tidak menciptakan pola tertentu di bagian atas maupun bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dipakai guna melihat apakah terdapat pengaruh atau tidak pada dua atau lebih variabel bebas (*literasi keuangan, penggunaan shopee paylater dan life style*) terhadap variabel terikat (*perilaku konsumtif*) (Priyatno, 2022).

Tabel 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4960.096	734.666
	X1	.221	.039

	X2	.151	.030
	X3	.389	.051

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai konstanta (nilai  $\alpha$ ) yakni 4960,096 dan untuk Literasi Keuangan (nilai  $\beta$ ) 0,221, untuk Penggunaan Shopee *Paylater* (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,151 dan untuk *Life Style* (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,389. Maka bisa diperoleh persamaan regresi linear berganda seperti berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3$$

$$Y = 4960,096 + 0,221x_1 + 0,151x_2 + 0,389x_3$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta yakni 4960,096 menunjukkan besar satuan perilaku konsumtif oleh pengguna shopee *paylater* pada mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terdapat pengaruh dari variabel Literasi Keuangan (X1), Penggunaan Shopee *Paylater* (X2) dan *Life Style* (X3) yakni sebesar 4960,096. Jika variabel X diasumsikan nol sehingga variabel dependen atau Y naik sebesar 4960,096.
2. Variabel Literasi Keuangan (X1) yakni 0,221 artinya setiap kenaikan X1 senilai 1% akan memunculkan kenaikan Y senilai 0,221%.
3. Variabel Penggunaan Shopee *Paylater* (X2) yakni 0,151, artinya bahwa setiap kenaikan senilai 1% akan memunculkan kenaikan Y senilai 0,151%.
4. Variabel *Life Style* (X3) yakni 0,389, artinya bahwa setiap kenaikan senilai 1% akan memunculkan kenaikan Y senilai 0,389%.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan guna mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara sendiri atau parsial (Priyatno, 2022).

**Tabel 6 Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4960.096	734.666		6.751	.000
	X1	.221	.039	.246	5.654	.000
	X2	.151	.030	.224	4.983	.000
	X3	.389	.051	.347	7.600	.000

Sumber : Data diolah Peneliti

Berangkat dari *output* tabel diatas diperoleh bahwa nilai signifikansi dari hasil pengujian menunjukkan lebih kecil dari taraf kesalahan yaitu 0,05 yang bisa dilihat dari X1  $0,000 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dengan nilai  $5,654 > 1,97$  sehingga (X1) Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi dari X2 menunjukkan  $0,000 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dengan nilai 4,983 sehingga penggunaan shopee *paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan X3 menunjukkan nilai yang senada dengan X1 dan

X2 yakni,  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $>$  tabel dengan nilai  $7,600 > 1,97$  yang berarti *Life style* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji F dipakai guna melihat pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama atau simultan (Priyatno, 2022).

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	945783889.2 53	3	315261296.4 18	66.890	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1757984974. 514	373	4713096.446		
	Total	2703768863. 767	376			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data diolah Peneliti

Berangkat dari *output* tabel diatas, nilai signifikansi dari hasil uji F yakni,  $0,000 < 0,05$  dan nilai hasil F hitung  $>$  F tabel dengan nilai  $66,890 > 2,629165$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee *Paylater* dan *Life Style* memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dipakai guna melihat pengaruh dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Priyatno, 2022).

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 <sup>a</sup>	.350	.345	2170.96671

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah Peneliti

Berangkat dari *output* tabel diatas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,345 yang memperlihatkan variabel Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee *Paylater* dan *Life Style* secara simultan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif yakni 34%. Sementara, sisa dari 34% yakni 66% dipengaruhi variabel lain diluar dari

variabel yang digunakan peneliti. Berangkat dari penelitian terdahulu, variabel lain yang mempengaruhi meliputi pengendalian diri, *self control*, promosi penjualan, penggunaan sosial media, religiusitas, dan lain-lain.

## **PEMBAHASAN**

### **Literasi Keuangan**

*Output* dari uji hipotesis yang diuji peneliti mengindikasikan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung, yang berarti bahwa tingkat literasi keuangan pada mahasiswa masih relatif rendah sehingga membuat perilaku konsumtif meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila kemampuan mahasiswa mengenai literasi keuangan semakin tinggi dapat mengurangi angka berperilaku konsumtif sehingga mahasiswa dapat lebih bijak lagi menggunakan dan memanfaatkan uang yang dimiliki. Hasil akhir penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Murni, dkk, bahwasannya variabel literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa (Hartiningsih & Rahayu, 2021). Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan paparan hasil penelitian oleh Sri Deviyanti yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa (Deviyanti, 2018).

Menurut Dwiastanti seperti dikutip dalam Seni Suriani mengemukakan bahwa literasi keuangan merupakan suatu alat yang membantu para pelaku bisnis untuk mengambil keputusan mengenai keuangan dengan konsekuensi yang ada dari keputusan tersebut (Suriani, 2022). Selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Cohen dan Nelson seperti dikutip dalam Herdinata dan Pranatasari bahwa literasi keuangan adalah keterampilan dalam proses pengelolaan keuangan untuk penggunaan saat ini dan masa depan, meliputi perencanaan masa depan, membelanjakan uang dengan bijak dan mempertimbangkan manajemen risiko. Sehingga variabel literasi keuangan tidak hanya memberikan pengetahuan dasar namun memberikan pengetahuan tentang sikap individu dalam merencanakan keuangannya di masa mendatang. Literasi keuangan yang cenderung rendah membuat permasalahan mendalam sebab bisa memberikan efek buruk atas tindakan keuangan dan kondisi keuangan. Selain itu, literasi keuangan yang rendah membuat praktik penipuan keuangan semakin marak dikarenakan seseorang mudah percaya tanpa menganalisa terlebih dahulu. Sebaliknya, apabila mempunyai tingkat literasi keuangan yang baik atau tinggi akan memberikan dampak positif, diantaranya adalah mempunyai keahlian atau kemampuan dalam mengelola keuangan, meminimalisir peluang membuat kesalahan mengenai keuangan dan menggunakan uang dengan bermanfaat untuk hidup sejahtera, sehat dan bahagia.

### **Penggunaan Shopee Paylater**

*Output* dari uji hipotesis yang diuji peneliti memaparkan bahwa penggunaan shopee *paylater* mempengaruhi secara signifikan atas perilaku konsumtif mahasiswa, yang berarti bahwa cukup banyak mahasiswa yang membeli produk dengan sistem kredit dengan berbagai alasan. Salah satu alasan mahasiswa

menggunakan fitur shopee *paylater* adalah karena uang saku terbatas namun kebutuhan seringkali melebihi *budget* sehingga mereka menggunakan fitur ini. Selain itu, fitur shopee *paylater* membantu mahasiswa yang sedang dalam kesulitan keuangan namun kebutuhan mendesak, seperti membeli buku untuk menunjang perkuliahan. Sehingga terpaksa menggunakan fitur shopee *paylater*. Terlebih lagi saat tanggal cantik seperti tanggal 01 Januari, shopee akan mengadakan promo besar-besaran sehingga membuat mahasiswa seringkali tergiur. Hal ini terjadi setiap bulan saat tanggal dan bulan memiliki angka serupa atau biasa disebut dengan angka cantik seperti 12.12. Selain diskon tanggal cantik, shopee juga seringkali memberikan *cashback* berupa koin apabila *customer* menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*. Hal tersebut membuat banyak *customer* yang tergiur sehingga mereka dengan mudah memilih dan menggunakan fitur shopee *paylater*.

Hasil dari uji hipotesis ini sejalan penelitian sebelumnya yang telah dilaksanakan oleh Elpa, dkk. memperoleh hasil hipotesis yang memaparkan penggunaan shopee *paylater* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa diterima (Julita, dkk., 2022). Sementara itu hasil pengujian yang dilaksanakan oleh Phyta dan Irwan membuktikan bahwa penggunaan shopee *paylater* tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Rahima & Cahyadi, 2022).

## ***Life Style***

Hasil dari uji hipotesis yang telah diuji peneliti menerangkan bahwa *life style* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan, yang berarti bahwa tingkat gaya hidup yang bertambah tinggi menjadikan perilaku konsumtif individu turut tinggi pula. Begitupun jika *life style* cenderung rendah berarti tingkat perilaku konsumtif mereka turut rendah. Hasil uji hipotesis ini mendukung penelitian terdahulu yang diuji oleh Sri Utami, dkk. menyatakan bahwa *life style* mempengaruhi perilaku konsumtif berbelanja online secara signifikan (Sri Utami Ulfa Rahma, dkk., 2022). Berbanding terbalik dengan hasil uji hipotesis penelitian dari Risnawati dkk, menunjukkan bahwa *life style* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan (Risnawati, dkk., 2018).

*Life style* memberikan gambaran tentang perilaku individu, yakni mengenai bagaimana kehidupan, bagaimana ia membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktu yang ia miliki. Menurut Fatmanovita seperti dikutip dalam Wardhana, gaya hidup mempengaruhi pembelian, kebiasaan yang berubah dan perilaku pembelian yang cenderung konsumtif (Wardhana, dkk., 2022). Hal ini tak terelakkan, salah satunya dikarenakan *trend* masa kini begitu mudah dijangkau melalui media manapun sehingga kerap kali dan tak jarang mahasiswa mengikuti perkembangan *trend* demi mendapatkan status dan kelas sosial. Seperti saat mereka menggunakan busana terbaru atau *import* maka akan ada kemungkinan banyak mata yang memandang dan memuji gaya busana mereka. Peristiwa ini akan memberikan mereka kepuasan tersendiri sehingga cukup banyak orang yang mengikuti *trend* demi sebuah pujian dan strata sosial.

## Perilaku Konsumtif

Hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti menerangkan bahwa secara simultan literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan *life style* berpengaruh secara signifikan atas perilaku konsumtif mahasiswa, yang berarti bahwa ketiga variabel membuat taraf perilaku konsumtif mahasiswa menjadi meningkat. Penelitian ini mendukung studi yang dilakukan Gina dan Elly dengan hasil secara bersama-sama literasi keuangan dan *life style* berpengaruh signifikan atas perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater* (Rahmawati, 2022). Lain halnya dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh Risnawati, dkk yang memaparkan bahwa *life style* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui literasi ekonomi (Risnawati, dkk., 2018).

Menurut Lina dan Rosyid seperti dikutip dalam Widriyani, perilaku konsumtif ditandai adanya kemewahan yakni pola pikir dan pola hidup manusia yang mendorong untuk memenuhi keinginan hanya untuk kepuasan semata (Widriyani, 2022). Individu yang hidup dalam kemewahan cenderung berlebihan dan memuaskan hasratnya demi sebuah kepuasan. Seseorang yang terbiasa berperilaku konsumtif memungkinkan lebih mudah mengambil keputusan dalam pembelian. Seringkali individu apalagi mahasiswa yang dasarnya masih muda, membeli produk tanpa pertimbangan yang matang. Artinya produk apapun yang mereka suka maka akan dibeli hanya untuk menyenangkan hati.

Literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan *life style* mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun ada banyak faktor yang berpengaruh atas perilaku konsumtif, namun tak dapat dipungkiri bahwa literasi keuangan, penggunaan shopee *paylater* dan *life style* juga menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan maka perlu adanya pengendalian diri dan manajemen diri yang baik. Menahan diri dan mempertimbangkan setiap keputusan belanja sematang mungkin untuk menghindari pemborosan, membeli barang yang kurang bermanfaat, mempertimbangkan kemampuan mencicil saat mengambil cicilan dan berbelanja sesuai dengan kebutuhan dan *budget*.

## KESIMPULAN

Berangkat dari keseluruhan pengujian hipotesis atas hasil akhir penelitian serta pengkajian yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan diantaranya meliputi : 1) Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Mahasiswa yang menyandang taraf literasi keuangan baik atau tinggi cenderung lebih bijaksana menggunakan uang dan dapat menurunkan tingkat perilaku konsumtif; 2) Penggunaan Shopee *Paylater* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Cukup banyak mahasiswa yang menggunakan fitur shopee *paylater* sehingga perilaku konsumtif meningkat, sehingga perlu dipertimbangkan kembali dalam penggunaan dan pemanfaatannya; 3) *Life Style* berpengaruh secara signifikan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Mahasiswa dengan gaya hidup tinggi membuat tingkat perilaku konsumtif menjadi tinggi juga. Oleh karena itu perlu mengklasifikasikan antara kebutuhan dan keinginan agar menghindari perilaku konsumtif; 4) Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee *Paylater* dan *Life Style* berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Artinya, mahasiswa perlu mengkaji kembali perihal literasi keuangan agar dapat menggunakan yang secara rasional, mengendalikan diri untuk membeli produk di luar kebutuhan dan bergaya sesuai dengan budget agar tidak berperilaku konsumtif.

## **SARAN**

Berangkat dari simpulan tersebut, maka berikut saran dari peneliti: 1) Mahasiswa dapat mempelajari dengan serius perihal literasi keuangan dan menerapkan serta mengimplementasikan pengetahuan, ilmu serta pengalaman yang diperoleh selama mengenyam pendidikan ke dalam *habits* keseharian sehingga bisa menurunkan angka perilaku konsumtif. Seperti mengimplementasikan ilmu-ilmu manajemen keuangan saat mengelola keuangan agar berbelanja sesuai dengan kebutuhan; 2) Mahasiswa dapat belajar manajemen diri dan pengendalian diri lalu mengimplementasikannya. Contohnya jika tengah berbelanja alangkah baiknya memprioritaskan kebutuhan dan tidak mudah tergiur dengan promo atau diskon yang ada; 3) Mahasiswa sebaiknya membuat daftar belanja supaya tidak membeli produk yang tidak ada dalam daftar; 4) Mahasiswa sebaiknya mencatat setiap pengeluaran agar jelas dalam menggunakan uang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurachman, Edi., & Arifiani, Libritas. (2022). *Panduan Praktis Teknik Penelitian yang Beretika Konsep, Teknik, Aplikasi Metode Penelitian dan Publikasi* (1st ed.). Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Darma, Budi. (2017). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Bogor: Guepedia.com.
- Deviyanti, Sri. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghodang, Hironymus., & Hantono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: Mitra Group.
- Gunawan, Ade. (2022). *Monograf Pengukuran Literasi Keuangan Syariah dan Literasi Keuangan* (1st ed.). Medan: UMSUPRESS.

- Hartiningsih, Murni., Reza & Rahayu, Vitria. Putri. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Fkip *Studies: Conference Series, 1*, 1–9. [https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/28594/MurniHartiningsihTemplateProsiding\(3\).pdfs](https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/28594/MurniHartiningsihTemplateProsiding(3).pdfs).
- Haryanto, Rudy. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Herdinata, Christian., & Pranatasari, Fransisca. Desiana. (2020). *Aplikasi Literasi Keuangan Bagi Pelaku Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Hidajat, Taofik. (2015). *Literasi Keuangan*. Semarang: STIE Bank BPD Jateng.
- Ismanto, Hadi., dkk. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Julita, Elpa., dkk. (2022). Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 1–5. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>.
- Kurniawan, Robert, & Yuniarto, Budi. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (1st ed.). Jakarta: Kencana.
- Mundzir, Ahmad. (2021). *Ekonomi Masyarakat Era Society 5.0*. Cirebon: Insania.
- Pratiwi, Zelin. Dinda., dkk. (2022). *Ekonomi dan Bisnis Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Priyatno, Duwi. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews*. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Pulungan, Delyana. Rahmawaty., & Febriaty, Hastina. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rahima, Phyta., & Cahyadi, Irwan. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmawati, Gina. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial Disusun*.
- Risnawati, Mintarti, W., & Ardoyo. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku

konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.

Rofiah, Chusnul., & Nurfaizza, Mifta. Amalia. (2023). *Pendekatan Kualitatif: Studi Kasus Jati Diri yang Terbeli* (1st ed.). Malang: Literasi Nusantara Abadi.

Sardiyo, & Martini. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung. *Journal*, 6(0292), 50–76.

Septiana, Aldila. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Kreatif* (1st ed.). Pamekasan: Duta Media Publishing.

Sri Utami Ulfa Rahma, Eri Bukhari, & Eri Teguh Prasetyo. (2022). 6.+Revisi+jiam-review-assignment-1043-Article+Text-4678+Eri+Bukhari+h.49-56.

*Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19*, 18(1).

Suriani, Seri. (2022). *Financial Behavior*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Suyanto, Bagong. (2013). *Sosiologi Ekonomi: Kajian Tentang Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Industrial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Wardani, Laila. Meiliyandrie. Indah., & Anggadita, Ritia. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: NEM.

Wardhana, Aditya., dkk. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Tangerang: Media Sains Indonesia.

Widriyani, Shinta. Fadillah. (2022). *Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif*. Tangerang: Anagraf Indonesia.