

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna *Electronic Money* dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi

Nabil Al Arif¹, Imsar²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

alarifnabil@gmail.com¹, imsar@uinsu.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of financial literacy, subjective norms, and lifestyle on the consumptive behavior of UIN SU students using electronic money with self-control as a moderating variable. The research method used is a quantitative method with an accidental sampling technique. The data analysis technique used is the SPSS 26 Moderated Regression Analysis (MRA) test. The results show that financial literacy has no significant and negative effect on student consumptive behavior by 9.4%, subjective norms have a positive and significant effect on student consumptive behavior by 22, 9%, and lifestyle has a positive and significant effect on the consumptive behavior of students by 41.8%. Financial literacy, subjective norms, and lifestyle simultaneously have a positive and significant effect on student consumptive behavior with a significance value obtained reaching $0.000 < 0.05$, and F_{count} greater than F_{table} ($15.907 > 2.47$). Self-control has a significant effect on consumptive behavior with a significance value obtained of $0.021 < 0.05$, and t_{count} is greater than t_{table} ($2,341 > 1,985$). Self-control does not strengthen financial literacy, subjective norms, and lifestyles on consumptive behavior. In addition, self-control affects consumptive behavior, so it can be concluded that self-control can influence consumers in choosing goods for consumption.

Keywords: *consumptive behavior; financial literacy; subjective norm; lifestyle; self control*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN SU pengguna *electronic money* dengan pengendalian diri sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik anaccidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji Moderated Regression Analysis (MRA) SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh dan negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 9,4%, norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 22,9%, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 41,8%. Literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi yang diperoleh mencapai $0,000 < 0,05$, dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($15,907 > 2,47$). Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,021 < 0,05$, dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,341 > 1,985$). Pengendalian diri tidak memperkuat literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, pengendalian diri memengaruhi perilaku konsumtif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri dapat memengaruhi konsumen dalam memilih barang untuk dikonsumsi.

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Keywords: perilaku konsumti; literasi keuangan; norma subjektif; gaya hidup; pengendalian diri

PENDAHULUAN

Saat ini perekonomian Indonesia terus berkembang karena kemajuan globalisasi. Salah satunya ditunjukkan dengan perkembangan industri yang telah mampu menyediakan apa saja yang dibutuhkan masyarakat. Perkembangan industri di era globalisasi makin meningkat, orang menawarkan produk yang memenuhi kebutuhan mereka dengan cara yang berbeda, dan orang pada akhirnya akan mengonsumsi cara yang berbeda dari produk tersebut. Perilaku konsumen dalam masyarakat saat ini cenderung bersifat konsumtif, berubah dari sekadar pemuasan kebutuhan primer menjadi pemuasan kebutuhan sekunder, tersier, bahkan pelengkap.

Menurut Sumartono (2002) Perilaku Konsumtif merupakan tindakan membeli suatu barang tanpa pertimbangan yang masuk akal dan tidak didasari pada faktor kebutuhan. Menurut Grinder (Lina & Rosyid, 1997) perilaku konsumtif adalah pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Kecenderungan manusia terhadap gaya hidup konsumtif di luar kebutuhan pokok dilarang dalam Islam sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an 7: 31, yang artinya: "Hai keturunan Adam! Pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan". Ayat tersebut menjelaskan bahwa perilaku konsumsi tidak boleh melebihi batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan standar halal. Konsumsi dalam Islam harus berorientasi pada kemaslahatan, yaitu bermanfaat baik secara materi, fisik, intelektual, lingkungan, dan tentunya dalam jangka panjang.

Di sisi lain, menurut Ramadhani (2019) perilaku konsumtif adalah tindakan irasional dan kompulsif, yang mengarah pada pemborosan ekonomi dan inefisiensi biaya. Tindakan konsumsi yang tidak wajar dan kompulsif dapat dijelaskan ketika individu membeli barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan keinginannya meskipun tidak didasarkan pada kebutuhan prioritas utama mereka. Hal ini berdampak negatif bila terjadi pada remaja maupun dewasa. Karena perilaku konsumtif setiap individu terbentuk pada masa remajanya. Menurut Chita et al, (2015) masa remaja dibagi menjadi tiga tahap, yaitu masa remaja awal (13-15 tahun), masa remaja pertengahan (15-17 tahun), dan masa remaja akhir (17-21 tahun). Dalam proses transisi dan pencarian identitas, remaja menjalani proses perilaku yang mencita-citakan pola diri idealnya. Akibatnya, remaja mudah terpengaruh oleh berbagai lingkungan, baik yang positif maupun yang negatif.

Kenyataan yang banyak dijumpai saat ini adalah kecenderungan mahasiswa yang merupakan masa remaja akhir meniru gaya hidup konsumtif yang serba *up to date*. Mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerek untuk mengikuti gaya terkini dan diakui oleh teman - temannya dibanding untuk

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku - buku pendukung perkuliahan. Kegiatan mengikuti gaya terkini mendorong mahasiswa untuk membeli barang - barang yang digunakan untuk menampilkan tren tersebut tanpa pikir panjang dan membuat mahasiswa terjebak ke dalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut dapat terlihat oleh mahasiswa yang dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan (Dikria & Mintarti, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Sitorus (2013) mengatakan bahwa mahasiswa adalah kelompok remaja yang berorientasi konsumtif karena kelompok ini suka mencoba hal - hal baru yang sedang berkembang disekitarnya seperti halnya saat ini penggunaan *electronic money* dalam hal pembayaran makin diminati oleh mahasiswa. Alat pembayaran nontunai seperti kartu ATM, kartu debit, dan uang elektronik (e- money) juga dapat mengatur pola hidup menjadi konsumtif (Ramadhani, 2016). Menurut Prasetya, (2018), adanya penggunaan uang elektronik dikalangan mahasiswa dapat memengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi karna kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya. Prelec dan Loewenstein (dalam Runnemark et al, 2015) mengemukakan konsep "the pain of paying", yaitu, individu akan menghabiskan lebih banyak uang dengan sistem e-money dibandingkan uang tunai. Individu akan lebih merasakan kehilangan uang saat memilah secara langsung uang tunai. Makin tidak transparan suatu pembayaran (berkurangnya individu merasakan arus keluarnya uang), makin tidak terasa individu untuk mengeluarkan uang.

Berdasarkan statistik Nilai Transaksi Uang Elektronik (Electronim Money), Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi melalui uang elektronik mencapai Rp 35,10 triliun per Desember 2021 yang mengalami kenaikan drastis dari Rp22,01 triliun per Desember 2020. Tercatat, nilai transaksi uang elektronik pada bulan Desember 2021 tersebut mengalami peningkatan sebesar 58,60% jika dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. (Bank Indonesia, 2021)

Menurut Fattah, Indriayu & Sunarto (2018) Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah, bahkan sudah menjadi hal biasa selama membeli itu benar - benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau yang benar - benar dibutuhkan atau kebutuhan primer. Sesuai dengan yang disampaikan Rahardja dan Manurung (2017) bahwa keputusan dalam menentukan pilihan bukanlah pekerjaan yang mudah sebab berdasarkan pertimbangan - pertimbangan tertentu. Karenanya manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang dipelajari dalam ilmu ekonomi (economic) (Astuti, 2016). Dengan demikian, ilmu ekonomi membantu individu agar pemenuhan kebutuhan bisa dilakukan dengan baik dan terhindar dari kerugian finansial.

Mahasiswa UIN SU Medan dianggap telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang memadai mengenai bagaimana mengelola keuangan, waktu dan mengendalikan diri. Dengan demikian, seharusnya mahasiswa mampu bersikap positif dalam perilaku

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

konsumsinya. Mahasiswa menggunakan *electronic money* brand OVO, GoPay, ShopeePay, DANA, LinkAja, dan lain sebagainya untuk pembayaran transaksi ritel, transaksi e-commerce, pemesanan transportasi online, pemesanan makanan online, dan lain sebagainya. Survei Fintech Report yang dilakukan oleh DailySocial (2021) yang melibatkan 1.500 responden menunjukkan OVO menjadi aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan sebesar. Sebanyak 58.9% responden pengguna dompet digital (electric money) mengaku menggunakan OVO, diikuti GoPay sebesar 58.9%, lalu ShopeePay sebesar 56.4%, lalu Dana 55.7%, dan LinkAja sebesar 18.4%.

Salah satu faktor yang diduga dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif adalah kurangnya literasi keuangan. OECD (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut demi membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. Di sisi lain, menurut OJK (2021), Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Penelitian yang dilakukan oleh Riskayanti (2021) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Lebih lanjut, penelitian oleh Qurrota'yun & Krisnawati (2019) menunjukkan hasil penelitian bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif di mana jika literasi keuangan naik, maka perilaku konsumtif akan menurun

Faktor lain yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif adalah Norma Subjektif. Menurut Ajzen & Driver (1991) norma subjektif adalah perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu. Sejalan dengan Peter dan Olson (2000) yang mengatakan bahwa norma subjektif mencerminkan persepsi seseorang tentang apa yang mereka anggap bahwa orang lain ingin agar mereka melakukan perilaku tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Savitri (2017), menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Hsu et al (2017), menghasilkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan norma subjektif, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen terhadap produk perawatan kulit hijau. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kashifa et al (2016). Sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioural control* sangat mempengaruhi niat etis dari manajer layanan pelanggan.

Selain itu, Gaya Hidup juga diduga menjadi faktor lain penyebab perilaku konsumtif. Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup seseorang saat menggunakan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat) (Setiadi, 2013). Gaya hidup adalah pribadi seseorang secara keseluruhan yang dilukiskan pada saat berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler et al, 2008). Penelitian oleh Azizah (2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku keuangan milenial, terdapat hubungan antara gaya hidup dengan perilaku keuangan, dan terdapat hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan & Febrianty (2018) bahwa penelitian menunjukkan secara parsial gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Yafiz et al (2020) yang mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif.

Namun, demikian, mahasiswa sangat mudah teperdaya hasrat belanja yang berlebihan dan membuat mereka jauh dari pencapaian keuangan yang sesuai harapan. Perilaku konsumtif yang buruk dapat diminimalisir dengan adalah pengendalian diri. Menurut Averill (1973) pengendalian diri adalah kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini. Di sisi lain, menurut Golfried dan Merbaum (Ghufron & Rini, 2010), mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang membawa individu ke arah konskuensi positif. Pengendalian diri dapat dijadikan pengendali tingkah laku sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Sehingga makin tinggi pengendalian diri, maka makin intens pengendalian terhadap tingkah laku dalam berkonsumsi agar tidak konsumtif. Individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar - benar dibutuhkan atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh Putriyani (2020) menunjukkan bahwa pengendalian diri mampu memperkuat hubungan literasi keuangan dan lingkungan kerja terhadap perilaku konsumtif siswa. Namun, sebaliknya, penelitian oleh Cahyani & Rochmawati (2021) mengemukakan bahwa variabel pengendalian diri tidak dapat menjadi moderasi pengetahuan keuangan, teman sebaya, dan parental income terhadap variabel perilaku keuangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian "Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna *Electronic Money* dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi"

METODE PENELITIAN

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Lokasi penelitian di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Jalan Williem Iskandar Pasar V Medan Estate. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pengguna *electronic money* yang berjumlah mencapai 26.197 mahasiswa (Sistem Informasi Pangkalan Data Internal UIN SU). Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dan digunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2011) untuk menentukan jumlah sampel yang diperoleh 100 mahasiswa dengan margin of error 10%. Penelitian ini berfokus pada sumber data primer dan sekunder. Data primer penelitian ini dikumpulkan dari tanggapan/jawaban terhadap pernyataan kuesioner mengikuti kondisi/situasi/perasaan yang dialami langsung oleh responden. Selanjutnya, data pendukung sekunder berasal dari berbagai literatur, seperti jurnal dan buku-buku terkait. Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai instrumen untuk menyusun pengumpulan data kuesioner dengan skala sebagai berikut (Sugiyono, 2017).

Tabel 1
Instrumen Skala Likert

Number	Statement	Score
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data olahan

Metode analisis yang digunakan adalah Moderated Regression Analysis (MRA), aplikasi khusus regresi linier berganda di mana persamaannya mengandung unsur interaksi atau perkalian dua atau lebih variabel independen. Analisis moderat digunakan untuk mengestimasi nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X dikalikan dengan variabel Z dan untuk mengestimasi perubahan variabel Y untuk setiap selisih satuan variabel X dikalikan dengan variabel Z. Pengolahan data dijalankan dengan software SPSS 26. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen, yaitu literasi keuangan (X1), norma subjektif (X2), dan gaya hidup (X3); variabel dependennya adalah perilaku konsumtif (Y); dan variabel pemoderasinya adalah pengendalian diri (Z). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif didefinisikan sebagai tindakan membeli suatu barang tanpa pertimbangan yang masuk akal dan tidak didasari pada faktor kebutuhan. Indikator yang diukur dalam perilaku konsumtif, yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

kegunaan), membeli produk hanya sekadar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri, keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda (Sumartono, 2002).

b. Literasi Keuangan

Literasi Keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (financial well being) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. Indikator yang diukur dalam literasi keuangan, yaitu pengetahuan umum tentang keuangan, tabungan & pinjaman, asuransi, dan investasi (Chen & Volpe, 1998).

c. Norma Subjektif

Norma Subjektif didefinisikan sebagai perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu. Indikator yang diukur dalam norma subjektif, yaitu keyakinan normatif (normatif belief), dan motivasi mematuhi (motivation to comply) (Pranata & Anggelina, 2014).

d. Gaya Hidup

Gaya Hidup didefinisikan sebagai cara hidup seseorang saat menggunakan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Indikator yang diukur dalam gaya hidup, yaitu aktivitas, minat, dan opini (Setiadi, 2013).

e. Pengendalian Diri

Pengendalian Diri didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini. Indikator yang diukur dalam pengendalian diri, yaitu kontrol terhadap pemikiran (kognitif), kontrol terhadap impulse (dorongan hati), kontrol terhadap emosi, dan kontrol terhadap unjuk kerja (Patty et al, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas X₁

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,470	0,1966	Valid

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

2	0.586	0,1966	Valid
3	0.616	0,1966	Valid
4	0.613	0,1966	Valid
5	0.707	0,1966	Valid
6	0.583	0,1966	Valid
7	0.725	0,1966	Valid
8	0.745	0,1966	Valid
9	0.465	0,1966	Valid
10	0.388	0,1966	Valid

Sumber: Data olahan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel literasi keuangan (X_1) dinyatakan valid.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas X_2

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.543	0,1966	Valid
2	0.726	0,1966	Valid
3	0.619	0,1966	Valid
4	0.693	0,1966	Valid
5	0.713	0,1966	Valid
6	0.708	0,1966	Valid
7	0.743	0,1966	Valid
8	0.705	0,1966	Valid
9	0.746	0,1966	Valid
10	0.729	0,1966	Valid

Sumber: Data olahan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel norma subjektif (X_2) dinyatakan valid.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas X_3

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.678	0,1966	Valid
2	0.700	0,1966	Valid

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

3	0.773	0,1966	Valid
4	0.485	0,1966	Valid
5	0.601	0,1966	Valid
6	0.689	0,1966	Valid
7	0.543	0,1966	Valid
8	0.572	0,1966	Valid
9	0.591	0,1966	Valid
10	0.540	0,1966	Valid

Sumber: Data olahan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel gaya hidup (X_3) dinyatakan valid.

Tabel 5

Hasil Uji Validitas Y

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.491	0,1966	Valid
2	0.496	0,1966	Valid
3	0.576	0,1966	Valid
4	0.404	0,1966	Valid
5	0.739	0,1966	Valid
6	0.514	0,1966	Valid
7	0.518	0,1966	Valid
8	0.604	0,1966	Valid
9	0.664	0,1966	Valid
10	0.398	0,1966	Valid

Sumber: Data olahan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel perilaku konsumtif (Y) dinyatakan valid.

Tabel 6

Hasil Uji Validitas Z

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.738	0,1966	Valid
2	0.683	0,1966	Valid
3	0.757	0,1966	Valid
4	0.651	0,1966	Valid

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

5	0.596	0,1966	Valid
6	0.736	0,1966	Valid
7	0.764	0,1966	Valid
8	0.553	0,1966	Valid
9	0.646	0,1966	Valid
10	0.671	0,1966	Valid

Sumber: Data olahan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel pengendalian diri (Z) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.784	0,6	Reliabel
Norma Subjektif (X2)	0.878	0,6	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0.820	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.868	0,6	Reliabel
Pengendalian Diri (Z)	0.729	0,6	Reliabel

Sumber: Data olahan

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel reliabel dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std.	4,70181119

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

		Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute		0,064
	Positive		0,049
	Negative		-0,064
Test Statistic			0,064
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data olahan

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas terlihat bahwa Asimp.Sig (2 - tailed) adalah sebesar 0,200. Karena Asimp.Sig (2 - tailed) > level of significant ($\alpha = 0.05$) atau $0,200 > 0,05$, maka model regresi yang digunakan tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.164	4.746		1.720	.089	
	Literasi Keuangan	.113	.109	.094	1.037	.302	.853
	Norma Subjektif	.217	.093	.229	2.334	.022	.722
	Gaya Hidup	.355	.077	.418	4.579	.000	.835

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data olahan

Hasil uji multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen (Literasi Keuangan: 0,853; Norma Subjektif: 0,722; Gaya Hidup: 0,835) lebih besar dari 0,1. Untuk nilai VIF semua variabel independen memiliki nilai VIF

Transformasi Manageria

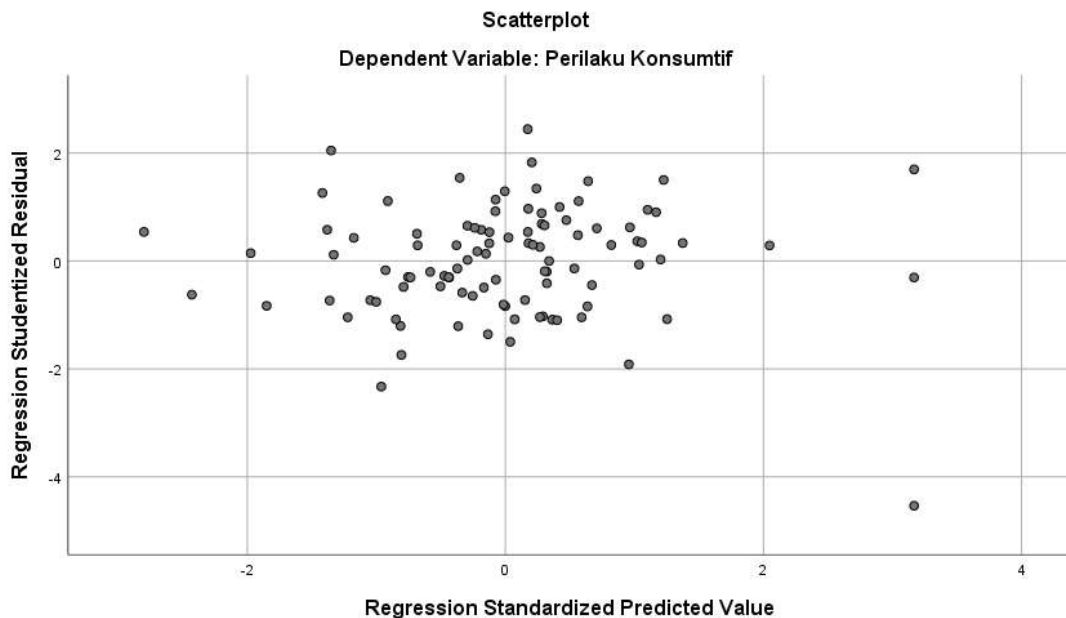
Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

yang kurang dari 10, yaitu Literasi Keuangan: 1,172; Norma Subjektif: 1,384; Gaya Hidup: 1,198. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data olahan

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas di atas didapatkan bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 10

Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.164	4.746		1.720	.089
Literasi Keuangan	.113	.109	.094	1.037	.302

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

	Norma Subjektif	.217	.093	.229	2.334	.022
	Gaya Hidup	.355	.077	.418	4.579	0
2	(Constant)	5.284	4.799		1.101	.274
	Literasi Keuangan	-.072	.133	-.060	-.545	.587
	Norma Subjektif	.225	.091	.238	2.480	.015
	Gaya Hidup	.370	.076	.436	4.867	0
	Pengendalian Diri	.242	.103	.243	2.341	.021
3	(Constant)	24.449	24.895		.982	.329
	Literasi Keuangan	.799	.801	.663	.997	.321
	Norma Subjektif	-.907	.764	-.958	-1.188	.238
	Gaya Hidup	-.040	.494	-.047	-.081	.935
	Pengendalian Diri	-.263	.672	-.265	-.391	.697
	Literasi Keuangan*Pengendalian Diri	-.019	.020	-1.297	-.974	.333
	Norma Subjektif*Pengendalian Diri	.027	.018	1.639	1.499	.137
	Gaya Hidup*Pengendalian Diri	.010	.011	.565	.845	.400

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data olahan

Dengan melihat nilai Standardized Coefficients beta pada masing-masing variabel, maka persamaan struktural untuk Moderated Regression Analysis adalah:

a) Model I

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 8,164 + 0,113 \text{literasi keuangan} + 0,217 \text{norma subjektif} + 0,355 \text{gaya hidup} + 4,746$$

b) Model II

$$Y = \alpha + B_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + e$$

$$Y = 5,284 - 0,072 \text{literasi keuangan} + 0,225 \text{norma subjektif} + 0,37 \text{gaya hidup} + 0,242 \text{pengendalian diri} + 4,799$$

c) Model III

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \beta_5 X_1 Z + \beta_6 X_2 Z + \beta_7 X_3 Z + e$$

$$Y = 116,805 - 0,507 \text{literasi keuangan} + 1,658 \text{norma subjektif} - 2,511 \text{gaya hidup} - 0,618 \text{pengendalian diri} + 0,006 \text{literasi keuangan} * \text{pengendalian diri} - 0,010 \text{norma subjektif} * \text{pengendalian diri} + 0,023 \text{gaya hidup} * \text{pengendalian diri} + 71,856$$

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Hasil Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	0,332	0,311	4,775
2	.607 ^a	0,368	0,342	4,667
1	.634 ^a	0,402	0,357	4,614

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Norma Subjektif

b. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Norma Subjektif, Literasi Keuangan

c. Predictors: (Constant), Gaya Hidup*Pengendalian Diri, Literasi Keuangan, Norma Subjektif, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Norma Subjektif*Pengendalian Diri, Literasi

Keuangan*Pengendalian Diri

Sumber: Data olahan

Model penelitian pertama menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 33,2%. Sedangkan sisanya sebesar 66,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Model penelitian kedua menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel moderating sebesar 36,8%. Sedangkan sisanya sebesar 63,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Dengan adanya variabel moderating model menjadi lebih baik karena ada peningkatan dari 33,2% menjadi 36,8%. Selanjutnya, model penelitian ketiga menunjukkan bahwa persentase pengaruh interaksi variabel independen dengan variabel moderasi terhadap variabel dependen sebesar 40,2%. Sedangkan sisanya 59,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Tabel 12
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.164	4.746		1.720	.089
Literasi Keuangan	.113	.109	.094	1.037	.302
Norma Subjektif	.217	.093	.229	2.334	.022
Gaya Hidup	.355	.077	.418	4.579	.000
2 (Constant)	5.284	4.799		1.101	.274
Literasi Keuangan	-.072	.133	-.060	-.545	.587
Norma Subjektif	.225	.091	.238	2.480	.015
Gaya Hidup	.370	.076	.436	4.867	.000
Pengendalian Diri	.242	.103	.243	2.341	.021
3 (Constant)	24.449	24.895		.982	.329
Literasi Keuangan	.799	.801	.663	.997	.321
Norma Subjektif	-.907	.764	-.958	-1.188	.238
Gaya Hidup	-.040	.494	-.047	-.081	.935
Pengendalian Diri	-.263	.672	-.265	-.391	.697
Literasi Keuangan*Pengendalian Diri	-.019	.020	-1.297	-.974	.333
Norma Subjektif*Pengendalian Diri	.027	.018	1.639	1.499	.137
Gaya Hidup*Pengendalian Diri	.010	.011	.565	.845	.400

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel di atas, untuk model pertama, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan norma subjektif dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Untuk model kedua, literasi keuangan tidak ada berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, lalu norma subjektif dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap terhadap perilaku konsumtif. Untuk model ketiga, variabel independen (literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif), dan pengendalian diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi.

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Uji F

Tabel 13
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1087,964	3	362,655	15,907	.000 ^b
	Residual	2188,596	96	22,798		
	Total	3276,560	99			
2	Regression	1207,308	4	301,827	13,857	.000 ^b
	Residual	2069,252	95	21,782		
	Total	3276,560	99			
3	Regression	1087,964	3	362,655	15,907	.000 ^b
	Residual	2188,596	96	22,798		
	Total	3276,560	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data olahan

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa pada model pertama, literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Pada model kedua literasi keuangan, norma subjektif, gaya hidup, dan pengendalian diri secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, pada model ketiga, yaitu literasi keuangan, norma subjektif, gaya hidup, pengendalian diri, literasi keuangan * pengendalian diri, norma subjektif * pengendalian diri, dan gaya hidup * pengendalian diri secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumsi.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji-t pada model pertama, literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh dan negatif terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi yang diperoleh $0,302 > 0,05$, dan t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,037 < 1,985$). Nilai beta sebesar $0,094$ menunjukkan bahwa literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif sebesar $9,4\%$.

Hasil ini menunjukkan jika literasi keuangan ditingkatkan, maka perilaku konsumtif akan menurun. Sebaliknya, jika literasi keuangan menurun, maka perilaku konsumtif akan meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Qurrota'yun & Krisnawati (2019) menunjukkan hasil penelitian bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Julian et al (2018) bahwa ketika literasi keuangan tinggi, maka perilaku konsumtif

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

menjadi rendah. Adanya literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan makin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya (Margaretha & Pambudhi, 2015).

Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji-t pada model pertama, norma subjektif secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi yang diperoleh $0,022 < 0,05$, dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,334 > 1,985$). Nilai beta sebesar 0,229 menunjukkan bahwa norma subjektif memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 22,9%.

Hasil ini menunjukkan jika norma subjektif meningkat, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat. Sebaliknya, jika norma subjektif menurun, maka perilaku konsumtif juga akan menurun. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Savitri (2017), Hsu et al (2017), dan Kashifa et al (2016) yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Individu yang cenderung untuk memenuhi harapan-harapan dari orang-orang di kehidupannya akan sulit untuk mengontrol perilaku konsumtifnya yang pada akhirnya akan mengarah kepada hedonisme.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji-t pada model pertama, gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$, dan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,579 > 1,985$). Nilai beta sebesar 0,418 menunjukkan bahwa norma subjektif memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 41,8%.

Hasil ini menunjukkan jika gaya hidup ditingkatkan, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat. Sebaliknya, jika gaya hidup menurun, maka perilaku konsumtif juga akan menurun. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2020), Pulungan & Febrianty (2018), dan Yafiz et al (2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif Individu yang cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi akan cenderung mengonsumsi produk mewah sebagai gengsi dan kehormatan untuk pemenuhan keinginan belaka.

Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji-f pada model pertama, literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$, dan F hitung lebih besar dari F tabel ($15,907 > 2,47$).

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Hasil ini menunjukkan bahwa makin tinggi tingkat literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup, maka makin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *electronic money*. Demikian juga, makin rendah tingkat literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup, makin rendah pula perilaku konsumtifnya. Seharusnya mahasiswa UIN SUMedan pengguna *electronic money* U menjadikan kampus tempat mencari ilmu, bukan untuk berlomba-lomba menunjukkan apa yang dimilikinya. Sehingga kebutuhan primer sebagai mahasiswa terlupakan, dan mereka akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi keinginan tersebut.

Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji-t pada model kedua, pengendalian diri secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,021 < 0,05$, dan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,341 > 1,985$).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Renaldy et al (2018) yang menyatakan bahwa makin tinggi tingkat pengendalian diri, maka akan makin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, jika tingkat pengendalian diri menurun, maka perilaku konsumtif akan naik. Meningkatkan pengendalian diri individu adalah upaya untuk memisahkan individu dari konsumerisme atau perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi, mahasiswa diharapkan mampu untuk secara bijak mengatur perilaku konsumtifnya agar dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif.

Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil uji-t pada model ketiga, literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif, dan pengendalian diri tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa pengendalian diri (Z) tidak memperkuat literasi keuangan ($X1$), norma subjektif ($X2$), dan gaya hidup ($X3$) terhadap perilaku konsumtif (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Renaldy et al (2018) yang menyatakan bahwa makin tinggi tingkat pengendalian diri, maka akan makin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai t yang membuktikan hasil ini adalah negatif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara parsial norma subjektif dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

konsumtif mahasiswa. Perilaku konsumtif bisa menjadi negatif jika secara tidak sadar konsumerisme telah menjadi budaya dan penyakit sosial. Hal ini berpotensi menciptakan masyarakat yang materialistis yang akhirnya mengarah pada hedonisme. Fenomena ini ditunjukkan dengan adanya sekelompok mahasiswa yang aktif mengonsumsi produk mewah sebagai gengsi dan kehormatan untuk pemenuhan keinginan belaka. Sebagai tambahan, pengendalian diri memengaruhi perilaku konsumtif, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri dapat memengaruhi konsumen dalam memilih barang untuk dikonsumsi.

Saran berdasarkan hasil dan pembahasan diantaranya: 1) Mahasiswa diharapkan agar tidak cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi serta dapat mengendalikan diri dari pengaruh orang-orang di sekitarnya agar terhindar dari perilaku konsumtif yang buruk. 2) Bagi Perguruan Tinggi dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang sejalan dengan penelitian ini serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan di kalangan mahasiswa. 3) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lainnya khususnya pada variabel moderasi karena tidak banyak penelitian menggunakan variabel moderasi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, ditujukan agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi dan mampu menggeneralisasikan hasil dari penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Driver B. L. (1991). Prediction Of Leisure Participation From Behavioral, Normative, And Control Beliefs: An Application Of The Theory Of Planned Behavior. *Leisure Sciences*, 13(3), 185-204. <https://doi.org/10.1080/01490409109513137>.
- Pranata, J. & Anggelina, J. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-7.
- Apriliyana Putri Savitri. (2017). Pengaruh Norma Subyektif, Religiusitas Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslimah Pengguna Kartu (Tesis). Dikutip dari <https://digilib.uinsby.ac.id/20696/>
- Astuti, Yulianto. (2016). Good Governance Pengelolaan Keuangan Desa Menyongsong Berlakunya Undang-Undang No. 6 Tahun 2014. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 1-14. <https://doi.org/10.20473/baki.v1i1.1694>
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and It's Relationship to Stress. *Psychological Buletin*, 80(4), 286-303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 92-101. Dikutip dari <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/422>
- Bank Indonesia. (2021). Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/31/bank-indonesia-transaksi-uang-elektronik-ri-tembus-rp-35-triliun-per-desember-2021> pada 20 Juli 2022
- Cahyani, P., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Teman Sebaya, dan Parental Income terhadap Perilaku Keuangan dengan Self-Control sebagai Moderasi. *Jurnal EcoGen*, 4(2), 224-239. <https://doi.org/10.24036/jpe.v4i2.11232>
- Chen, H., & Volpe, R. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7).
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik*. 3(1), 297-302. <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>.
- DailySocial. 2021. Diakses dari <https://dailysocial.id/research/fintech-report-2021> pada 20 Juli 2022
- Dewi, N. S. (2006). Skripsi. Hubungan Kecerdasan Emosional Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel Nokia Pada Remaja di Yogyakarta (Skripsi). Dikutip dari <https://repository.usd.ac.id/27845/>
- Dikria, O., & Minari, S. U. M. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 143-156. <https://Dx.Doi.Org/10.17977/Um014v09i22016p128>.
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 4(1), 11-21. <https://doi.org/10.20961/bise.v4i1.20028>

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

- Ghufroon, M. N., & Rini, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Group.
- Hsu, C., Chang, C., & Yansritakul, C. (2017). Exploring Purchase Intention Of Green Skincare Products Using The Theory Of Planned Behavior: Testing The Moderating Effects Of Country Of Origin And Price Sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 145-152. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.006>.
- Julian, E., Ananda, N. A., & Andriani, S. (2018). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.37673/jmb.v1i2.15>.
- Kashifa, M., Zarkadab, A., & Ramayah, T. (2016). The impact of attitude, subjective norms, and perceived behavioural control on managers' intentions to behave ethically. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(5-6), 481-501. <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1209970>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management (Thirteenth)*. Jakarta: Erlangga.
- Lina & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 4(2), 5-13. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. Prestice Hall, United State Of America.
- Margaretha, F. & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 76-85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76-85>
- OECD. (2017). *PISA 2015 Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic, Financial Literacy and Collaborative Problem Solving*. PISA, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264281820-en>.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keruangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025. Dikases dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keruangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Patty, S., Setiawan, A., Kristen, U., & Wacana, S. (2016). Fakultas Psikologi, Program Studi Magister Sains Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana. 15.

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

- Peter, J. P., & Olson. J. C. (2000). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill Inc: Singapore, 2000.
- Prasetia, LD. (2018). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perputaran Uang (Velocity of Money) di Indonesia (Skripsi). Dikutip dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/38636>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110. Dikutip dari <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Putriyani, P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perpektif Islam Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi (Skripsi). Dikutip dari <http://lib.unnes.ac.id/41768/>
- Qurrota'yun, Z., & Krisnawat, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung (Skripsi). Dikutip dari <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/154239/pengaruh-literasi-keuangan-terhadap-perilaku-konsumtif-generasi-milenial-di-kota-bandung.html>
- Rahardja, P. dan M. Manurung. (2002). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi)*. Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta
- Ramadhani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 8(1), 1-8.
- Ramadhani, RH. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara) (Skripsi). Dikutip dari <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/16253>.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Konsumen *Online Shop* Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

- Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94-97. <https://doi.org/10.20527/jk.v1i1.1462>.
- Riskayanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen (Skripsi). Dikutip dari https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/19724-Full_Text.pdf.
- Riyadi, S., & Pritami, D. A. (2018). The Impact Of Financial Literacy, Consumptive Behavior And M Banking Services On Savings Management. *International Journal of Advanced Research*, 6, 88-94. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/7789>.
- Runnemark, E., Hedman, J., & Xiao, X. (2015). Do Consumers Pay More Using Debit Cards Than Cash? An Experiment. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14, 285-291. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.03.002>.
- Sarafino, E. P. (1994). *Health Psychology*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Setiadi, J. N. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group.
- Sistem Informasi Pangkalan Data Internal UIN SU Medan. Diakses dari <https://sipandai.uinsu.ac.id> pada 30 Agustus 2022.
- Sitorus, R. J. (2013). Dampak Penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Smk Negeri 1 Samarinda Dalam Berbelanja Online. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 28-37. Dikutip dari <https://123dok.com/document/yr8gk5oz-dampak-penggunaan-blackberry-messenger-perilaku-konsumtif-samarinda-berbelanja.html>
- Solimun, Fernandes, A. A., & Nurjanah. (2017). *Metode Statistika Multivariant - Pemodelan Persamaan Struktural: Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Yafiz, M., Harahap, I., & Cahyanti, S. (2020). Consumption Behavior Of Bidikmisi Scholarship Students With Religiosity As A Moderating Variable. *JEBIS: Jurnal*

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 4 Nomor 1 (2024) 1-24 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v4i1.2293

Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(2), 239-259.

<https://doi.org/10.20473/jebis.v6i2.22122>