

**Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Melalui *Locus of Control* sebagai Variabel Mediasi**

**Andrea Nur Hidayah, Farahiyah Sartika**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
*andreanurh24@gmail.com, farahiyah@uin-malang.ac.id*

**ABSTRACT**

*This research aims to examine and analyze the influence of financial literacy on consumptive behavior, the influence of financial attitudes on consumptive behavior, the role of locus of control in mediating the influence of financial literacy on consumptive behavior, and the role of locus of control in mediating the influence of financial attitudes on consumptive behavior. The research method used is a quantitative research method with primary data obtained from questionnaire data which is measured using a Likert scale. The population in this study were students from the Faculty of Economics, UIN Malang, class 2020 and 2021, totaling 1039 students. The sampling method used in this research was the proportional random sampling method, so that a sample of 91 respondents was obtained. This research data was obtained from distributing questionnaires which were then processed using SmartPLS 4.0 software*

*The results of this research show that financial literacy has a positive and significant effect on consumer behavior, financial attitudes have a positive and significant effect on consumptive behavior, locus of control mediates the effect of financial literacy on consumptive behavior, and locus of control mediates the effect of financial attitudes on consumptive behavior.*

**Keywords:** *Financial Literacy, Financial Attitude, Consumptive Behavior, Locus of Control.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif, peran *locus of control* dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, serta peran *locus of control* dalam memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari data kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2020 dan 2021 yang berjumlah 1039 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *proportional random sampling*, sehingga diperoleh sampel berjumlah 91 responden. Data penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner yang kemudian diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara positif dan signifikan, sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara positif dan signifikan, *locus of control* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan *locus of control* memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.

**Kata kunci:** Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Perilaku Konsumtif, *Locus of Control*.

## PENDAHULUAN

Dengan perkembangan modern dan kemajuan teknologi yang begitu cepat, seta gaya hidup dinamis manusia saat ini, konsumen kerap kali dipengaruhi oleh motivasi tertentu dalam memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sebagian besar individu kini menjadi sangat konsumtif terhadap apa pun yang mereka lihat, tanpa mempertimbangkan apakah hal tersebut merupakan kebutuhan atau keinginan. Pola konsumsi individu saat ini pun juga mengalami pergeseran, dari sekadar untuk memenuhi kebutuhan umum, menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier, bahkan hingga pada kebutuhan tambahan, dengan kecenderungan yang konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah tindakan seorang individu yang cenderung membelanjakan barang dan jasa secara berlebihan, lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini sering kali dikaitkan dengan kebiasaan berbelanja, karena berbelanja sering dijadikan sebagai cara untuk mengurangi rasa lelah dan stres yang timbul dari aktivitas sehari-hari (Dewi et al., 2017). Individu yang berperilaku konsumtif bersedia melakukan dan mengorbankan berbagai aspek demi memperoleh apa yang diinginkannya. Suminar (2015) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan menghabiskan barang dan jasa yang berharga tinggi dengan tingkat peningkatan yang konstan

Pertumbuhan teknologi yang cepat menyebabkan produk baru cepat dipasarkan dan diiklankan melalui internet, yang kemudian memengaruhi pasokan dan permintaan di pasar. Melalui internet, individu dapat memperoleh akses tak terbatas terhadap informasi, khususnya terkait produk elektronik, makanan, minuman, dan pakaian yang merupakan keperluan sehari-hari. Penggunaan internet secara berlebihan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dapat memicu perilaku konsumtif. Berdasarkan data statistik pada Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta, tumbuh lebih tinggi 3,85% dibanding Januari tahun 2022 yaitu sebanyak 205 juta pengguna. Statistik menunjukkan bahwa kegiatan *online* yang paling populer di Indonesia adalah penggunaan media sosial dan aplikasi pesan instan. Ini menandakan bahwa jumlah pengguna internet telah meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Internet menjadi sarana yang dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk memperoleh berbagai macam informasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Nisa (2017) mahasiswa adalah kelompok dalam masyarakat yang sangat akrab dengan penggunaan internet. Sebagaimana Tripambudi & Indrawati (2020) menyatakan bahwa remaja di era saat ini dihadapkan pada berbagai penawaran barang melalui media. Ada begitu banyak media *online* yang mempromosikan produk-produk baru, sehingga mendorong individu untuk bertindak konsumtif. Konsumen dapat melakukan pembelian melalui internet yang dikenal sebagai *online shopping*. *Online shopping* adalah bentuk komunikasi baru yang tidak membutuhkan interaksi tatap muka langsung, namun dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia (Chita et al., 2015).

Di lingkungan sosial mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang dengan lingkungan dan kemajuan teknologi yang semakin cepat memungkinkan mahasiswa untuk dengan mudah mendapatkan apa yang mereka inginkan, seperti berbelanja *online*. Banyak mahasiswa yang menggunakan uangnya untuk membeli produk seperti pakaian, kosmetik, dan sebagainya secara *online*. Menurut mereka, berbelanja *online* sangat praktis, sehingga menjadi pilihan populer untuk memenuhi keinginan mereka dengan cara yang mudah dan cepat.

Hasil dari pengamatan awal yang dijalankan pada bulan Januari 2023 dengan sampel 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2019 alasan utama mahasiswa memilih berbelanja *online* adalah karena prosesnya lebih mudah dan praktis, tanpa perlu mengunjungi toko fisik dan dapat melakukan transfer pembayaran. Selain itu, sebagian besar mahasiswa, yaitu 66,67% membeli produk di toko *online* secara impulsif, terutama karena tertarik oleh iklan dan diskon. Pakaian dan kosmetik adalah produk yang paling sering dibeli mahasiswa di toko *online*. Hasil observasi awal ini sesuai dengan penelitian Pratiwi (2017), yang menyatakan bahwa mahasiswa, yang diasumsikan sebagai remaja tingkat akhir, memiliki karakteristik seperti mudah terpengaruh iklan, boros, mudah terpengaruh penjual, kurang realistis, romantis, dan impulsif.

Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*) oleh Kotler & Keller (2016) untuk menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang dan jasa, yang idealnya harus berdasarkan pada kebutuhan dan bukan hanya keinginan. Penerapan teori ini bertujuan untuk menghindari perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Menurut Kotler & Keller (2016), faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen antara lain meliputi faktor budaya (kultur dan kelas sosial), sosial (lingkungan keluarga dan teman sebaya), pribadi (pengendalian diri, gaya hidup, konsep diri, dan pekerjaan), serta psikologi (motivasi, persepsi dan pembelajaran). Berdasarkan teori perilaku konsumen oleh Kotler & Keller (2016), diperoleh beberapa faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online*, di antaranya literasi keuangan, sikap keuangan, dan *locus of control* (kontrol diri).

Literasi keuangan menurut Dewi et al., (2017) akan membantu individu menjadi konsumen yang lebih bijak, kritis terhadap kualitas dan harga serta layanan suatu produk. Penting bagi individu untuk memiliki keterampilan literasi keuangan untuk mengelola keuangannya dengan baik, sehingga dapat menghindari pemborosan (Kumalasari & Soesilo, 2019). Kehadiran literasi keuangan dapat membimbing individu untuk lebih hati-hati dalam memilih barang yang dibutuhkan, mengatur keuangan, dan merencanakan masa depannya. Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung bersikap rasional dalam berkonsumsi, sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Sikap keuangan adalah indikator penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Istilah *financial attitude* mengacu pada pandangan mental seseorang terhadap praktik manajemen keuangan, yang mencerminkan prinsip-prinsip keuangan dalam mengambil keputusan keuangan (Rini Prihastuty &

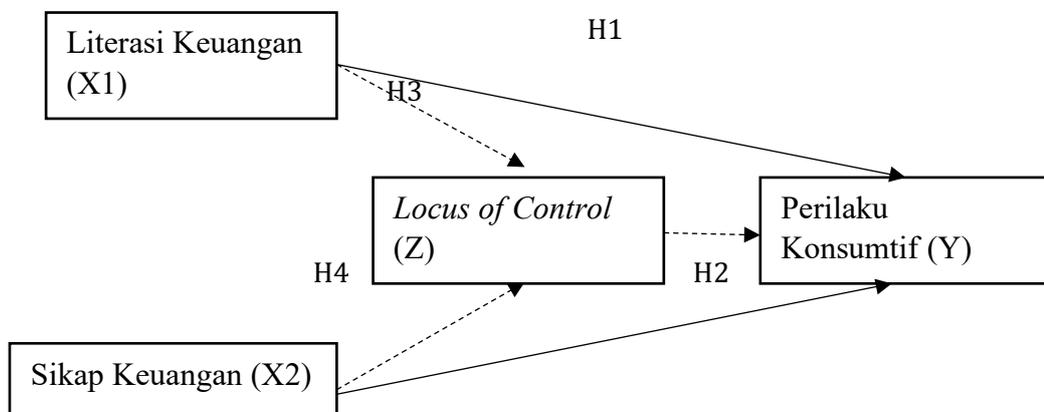
Rahayuningsih, 2018). Oleh karena itu, individu yang memiliki sikap keuangan yang baik dapat diidentifikasi melalui cara mereka mengelola keuangan dengan baik. Artinya, sikap keuangan dapat diartikan sebagai keadaan mental, pandangan, dan sikap pribadi terhadap keuangan yang diaplikasikan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.

Faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif lainnya adalah kontrol diri, atau *locus of control*. Kontrol diri membantu individu mengelola perilaku mereka dalam membuat keputusan pembelian dengan mempertimbangkan barang yang akan dibeli. Individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung kesulitan menentukan konsekuensi dari tindakan mereka, sementara individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih memperhatikan perilaku yang tepat dalam berbagai situasi atau kondisi (Chita et al., 2015). Kontrol diri melibatkan kemampuan untuk mengatur diri sendiri, baik dengan mengurangi maupun meningkatkan perilaku (Pratiwi, 2017). Dapat dikatakan bahwa kontrol diri menggambarkan bagaimana keputusan individu diambil melalui pertimbangan kognitif untuk menyelaraskan perilaku dengan tujuan dan hasil yang diinginkan.

Berdasarkan penjelasan di atas, variabel *locus of control* digunakan sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini karena dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online*. Namun di sisi lain, *locus of control* juga dapat dipengaruhi oleh variabel independen dalam penelitian ini. Oleh karena itu, *locus of control* dijadikan sebagai variabel mediasi untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara variabel independen (literasi keuangan dan sikap keuangan) dan variabel dependen (perilaku konsumtif belanja *online*) dalam penelitian ini melalui variabel *locus of control*.

Mengacu pada penjelasan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Dengan *Locus of Control* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)”**.

Untuk memperjelas rencana penelitian, penulis menggambarkan penelitian tersebut dalam bentuk bagan yang dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka konseptual**

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan teori, data, dan perumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.  
(Udayanthi et al., 2018), (Al Arif & Imsar, 2023), (Rahma et al., 2022)
- H2 : Terdapat pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.  
(Andira & Asiyah, 2022), (Dilasari, 2020), (Wulandari & Adiba, 2018)
- H3 : *Locus of control* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.  
(Siregar & Chairiah, 2022), (Izazi et al., 2020)
- H4 : *Locus of control* memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.  
(Ummah et al., 2022), (Rindayani et al., 2022)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengumpulkan data guna menguji hipotesis terkait dengan subjek penelitian (Abdillah dan Hartono, 2015). Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang menitikberatkan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Abdillah dan Hartono, 2015). Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan subyek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Populasi ialah daerah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristiknya tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah dan kemudian diambil kesimpulannya. Jadi populasi itu tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020 dan 2021. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *proportional random sampling*, yaitu cara pengambilan sampel secara acak dengan menggunakan undian dari populasi tiap program studi agar setiap program studi dalam populasi mendapat representasi yang sesuai. Jumlah sampel yang diambil adalah 91 mahasiswa. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode penyebaran kuesioner atau angket. Jumlah kuesioner yang disebarkan sesuai dengan jumlah sampel yang ditentukan, dan disusun dengan menggunakan skala Likert.

Berdasarkan hipotesis yang telah diuraikan, penelitian ini akan memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS (*Partial Least Square*) sebagai metodologi analisis data. Seperti yang dijelaskan oleh Asbari dkk, tujuan dari *SmartPLS* adalah untuk menilai hubungan antara variabel, termasuk baik di antara sesama variabel latent maupun dengan variabel indikator (Purwanto et al., 2021).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Evaluasi Model Penelitian (*Outer Model*)**



**Gambar 2. Hasil Output PLS Algorithm**

Sumber: SmartPLS (2023)

Gambar 1 menunjukkan hasil dari PLS Algorithm serta data yang mengenal nilai *loading factor*, *convergent validity*, dan *discriminant validity* dengan tujuan untuk menentukan keberhasilan suatu penelitian. Gambar 1 ini menggambarkan bahwa indikator yang membentuk variabel Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, *Locus of Control*, dan Perilaku Konsumtif telah terbukti valid, dan terdapat hubungan yang kuat antara indikator dengan masing-masing konstruk dengan nilai *loading factor* di atas 0,70. Berdasarkan gambar 2, diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

**Tabel 1. Validitas dan Reabilitas Konstruk**

| Variabel           | <i>Cronbach's alpha</i> | <i>Composite reliability (rho_a)</i> | <i>Composite reliability (rho_c)</i> | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> |
|--------------------|-------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Literasi Keuangan  | 0.969                   | 0.970                                | 0.974                                | 0.823                                   |
| Sikap Keuangan     | 0.951                   | 0.952                                | 0.960                                | 0.773                                   |
| Locus of Control   | 0.944                   | 0.946                                | 0.956                                | 0.783                                   |
| Perilaku Konsumtif | 0.970                   | 0.970                                | 0.974                                | 0.786                                   |

Sumber: SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel 1, ditemukan nilai *Cronbach's alpha* dan indikator *composite reliability*, yang memenuhi kriteria dengan nilai *composite reliability* ( $\rho_c$ ) di atas 0,6 dan reliabilitas indikator di atas 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan adalah reliabel. Selanjutnya, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,5 rata-rata menunjukkan bahwa variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi dari indikator-indikatornya. Untuk meningkatkan validitasnya, hasil uji validitas disajikan sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

| No       | Variabel                      | Item | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|----------|-------------------------------|------|--------------------|------------|
| <b>A</b> | <b>Literasi Keuangan (X1)</b> |      |                    |            |
| 1        | X1.1                          |      | 0.938              | Valid      |
| 2        | X1.2                          |      | 0.894              | Valid      |
| 3        | X1.3                          |      | 0.908              | Valid      |
| 4        | X1.4                          |      | 0.885              | Valid      |
| 5        | X1.5                          |      | 0.923              | Valid      |
| 6        | X1.6                          |      | 0.899              | Valid      |
| 7        | X1.7                          |      | 0.869              | Valid      |
| 8        | X1.8                          |      | 0.938              | Valid      |
| <b>B</b> | <b>Sikap Keuangan (X2)</b>    |      |                    |            |
| 1        | X2.1                          |      | 0.903              | Valid      |
| 2        | X2.2                          |      | 0.883              | Valid      |
| 3        | X2.3                          |      | 0.892              | Valid      |
| 4        | X2.4                          |      | 0.872              | Valid      |
| 5        | X2.5                          |      | 0.818              | Valid      |
| 6        | X2.6                          |      | 0.848              | Valid      |
| 7        | X2.7                          |      | 0.934              | Valid      |
| <b>C</b> | <b>Locus of Control (Z)</b>   |      |                    |            |
| 1        | Z.1                           |      | 0.944              | Valid      |
| 2        | Z.2                           |      | 0.921              | Valid      |
| 3        | Z.3                           |      | 0.946              | Valid      |
| 4        | Z.4                           |      | 0.890              | Valid      |
| 5        | Z.5                           |      | 0.795              | Valid      |
| 6        | Z.6                           |      | 0.845              | Valid      |
| <b>D</b> | <b>Perilaku Konsumtif (Y)</b> |      |                    |            |
| 1        | Y.1                           |      | 0.835              | Valid      |
| 2        | Y.2                           |      | 0.905              | Valid      |
| 3        | Y.3                           |      | 0.874              | Valid      |
| 4        | Y.4                           |      | 0.854              | Valid      |
| 5        | Y.5                           |      | 0.880              | Valid      |
| 6        | Y.6                           |      | 0.865              | Valid      |
| 7        | Y.7                           |      | 0.909              | Valid      |

|    |      |       |       |
|----|------|-------|-------|
| 8  | Y.8  | 0.922 | Valid |
| 9  | Y.9  | 0.910 | Valid |
| 10 | Y.10 | 0.909 | Valid |

Sumber: SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel Literasi Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2), *Locus of Control* (Z), dan Perilaku Konsumtif (Y) semuanya menunjukkan angka di atas 0,70.

### Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Uji model struktural atau *inner model* digunakan untuk memahami hubungan antara konstruk, mengetahui nilai signifikansi, dan mengukur *R-Square* dari model penelitian.

Hasil dari *R-Square* pada pengujian SmartPLS 4.0, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji R-Square**

|                         | <i>R-Square</i> | <i>Adjusted R-Square</i> |
|-------------------------|-----------------|--------------------------|
| Perilaku Konsumtif      | 0.973           | 0.972                    |
| <i>Locus of Control</i> | 0.960           | 0.959                    |

Sumber: SmartPLS (2023)

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa *R-Square* Perilaku Konsumtif memiliki nilai 0,973 atau 97,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumtif yang mampu dijelaskan yaitu sebesar 97,3%, sedangkan sisanya yang sebesar 2,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini. Kemudian *R-Square* variabel *Locus of Control* memiliki nilai 0,960 atau 96%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Locus of Control* dijelaskan sebesar 96%, sedangkan sisanya sebesar 4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji *bootstrapping* yang melibatkan *path coefficients*, yang kemudian disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4. Hasil Path Coefficients**

|  | Original Sampel (O) | Sampel Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (IO/STDEVI) | P Values | Keterangan |
|--|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|------------|
| Literasi Keuangan > Perilaku Konsumtif | 0.163               | 0.160           | 0.063                      | 2.581                    | 0.010    | Signifikan |
| Sikap Keuangan >                       | 0.154               | 0.156           | 0.071                      | 2.179                    | 0.029    | Signifikan |

|   |       |       |       |       |       |            |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|------------|
| Perilaku Konsumtif  |       |       |       |       |       |            |
| Literasi Keuangan > Locus of Control > Perilaku Konsumtif | 0.163 | 0.160 | 0.063 | 2.581 | 0.010 | Signifikan |
| Sikap Keuangan > Locus of Control > Perilaku Konsumtif    | 0.154 | 0.156 | 0.071 | 2.179 | 0.029 | Signifikan |

Sumber: SmartPLS (2023)

Berdasarkan hasil tabel 4, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Literasi Keuangan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan *p-value* sebesar  $0,010 < 0,05$  dan t-statistik sebesar 2,581 (melebihi 1,96), sehingga hipotesis disetujui.
2. Variabel Sikap Keuangan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan *p-value* sebesar  $0,029 < 0,05$  dan t-statistik sebesar 2,179 (melebihi 1,96), sehingga hipotesis disetujui.
3. Variabel *Locus of Control* berperan memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang dengan *p-value* sebesar  $0,010 < 0,05$  dan t-statistik sebesar 2,581 (melebihi 1,96), sehingga hipotesis disetujui.
4. Variabel *Locus of Control* berperan memediasi pengaruh variabel Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang dengan nilai *p-value* sebesar  $0,029 < 0,05$  dan t-statistik 2,179 (melebihi 1,96), sehingga hipotesis disetujui.

### **Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)**

Hasil pengujian menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan *p-value* sebesar 0.010. Temuan ini mengindikasikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang memiliki pengetahuan literasi keuangan dengan baik, sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak pada perilaku konsumtif belanja *online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Pembahasan mengenai variabel literasi keuangan telah diuraikan menjadi beberapa indikator yang mencakup pengetahuan mendasar mengenai keuangan pribadi, simpanan dan pinjaman, asuransi, dan investasi.

Selain itu, hasil studi juga menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi pada mahasiswa dan berkorelasi dengan pengetahuan keuangan yang lebih luas, akan mempengaruhi perilaku konsumtif belanja *online*-nya akan baik. Sebagai contoh dalam studi ini, ketika mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang mengetahui bagaimana merencanakan keuangan pribadi dan menyusun daftar prioritas untuk kebutuhan konsumsi, mereka dapat berbelanja sesuai dengan rencana dan prioritas yang telah ditetapkan.

Studi oleh Udayanthi et al., (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh realita bahwa memiliki pemahaman keuangan yang baik dapat membantu individu menghindari masalah keuangan yang muncul akibat kesalahan dalam mengelola uang. Literasi keuangan diharapkan dapat membantu individu mengatur kekayaan mereka dengan baik, sehingga memberikan manfaat jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini didukung juga oleh studi yang dilakukan oleh (Syariifah & Yuliana, 2022), (Al Arif & Imsar, 2023), (Fungky et al., 2021), (Misgiyanto, 2018), (Dilasari, 2020), (Mu'amala & Wahjudi, 2021) dan (Sari et al., 2023).

## **Pengaruh Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data dan uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel sikap keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H2) diterima, dengan hasil *p-value* sebesar 0,029. Pembahasan mengenai variabel sikap keuangan mencakup ke dalam beberapa indikator yaitu kebiasaan mencatat pendapatan dan pengeluaran, menyimpan uang dalam tabungan, penyimpanan uang untuk biaya masa depan, serta kebiasaan dalam membayar hutang atau tagihan secara teratur.

Penelitian ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Prihastuty & Rahayuningsih, (2018a) dan Andira & Asiyah (2022) ditemukan hasil bahwa sikap keuangan mempengaruhi terhadap variabel perilaku konsumtif karena sikap seseorang memiliki cara pandang dan sikap yang berbeda mengenai uang. Seseorang mampu dipengaruhi uang sehingga berpikir dan bertindak secara irasional. Sikap terhadap uang bisa memunculkan sikap dan perilaku keserakahan, dendam, ketakutan, serta perilaku anti sosial. Seseorang mendefinisikan uang sebagai alat, setelah itu akan berpengaruh terhadap hal apa yang akan dilaksanakan. Sikap keuangan memiliki kedudukan dalam pembelian kompulsif di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki sikap terhadap uang akan cenderung mempresepsikan uang menjadi alat untuk memenuhi seluruh keinginan yang dimiliki yang secara otomatis akan mengakibatkan adanya rasa menggunakan uangnya untuk berbelanja.

## **Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Dimediasi Locus of Control (Z)**

Hasil pengujian menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) menunjukkan bahwa variabel *locus of control* memediasi antara pengaruh literasi

keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan *p-value* sebesar 0,010. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, serta antara *locus of control* dengan literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Responden mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang cenderung memiliki kemampuan untuk mengontrol diri dalam mengambil keputusan terkait kebutuhan. *Locus of control* yang dimiliki responden dapat membentuk pola pikir responden agar dapat mengontrol diri sendiri yang memberikan dampak positif di masa mendatang. Dengan demikian, responden tidak akan bertindak *impulsive* dalam melakukan pembelian. Mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi memiliki literasi keuangan yang baik dimana mereka dapat mengelola keuangan untuk kebutuhan yang dibeli atau diinginkan berkat adanya kontrol diri. Kontrol diri dapat berperan untuk meminimalisir konsumsi yang berlebihan pada individu masing-masing.

Hasil penelitian ini didukung oleh studi yang dilakukan (Siregar & Chairiah, 2022) dan (Izazi et al., 2020) yang mengatakan bahwa *self control* yang ada dalam diri setiap individu dapat membentuk cara berpikir seseorang untuk dapat mengelola diri mereka sendiri dalam merespons peristiwa yang terjadi pada internal maupun external kehidupan.

## **Pengaruh Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Dimediasi Locus of Control (Z)**

Hasil pengujian menggunakan metode Partial Least Square (PLS) menunjukkan bahwa variabel *locus of control* memediasi pengaruh variabel sikap keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan *p-value* sebesar 0,029.

Dalam penelitian ini *locus of control* memiliki peran sebagai variabel mediasi. Sikap seorang individu terhadap uang cenderung mempengaruhi pandangan psikologis keuangan yang mereka miliki, yang pada gilirannya dapat membentuk perilaku konsumtif mereka. Semakin positif sikap seseorang terhadap keuangan, semakin besar dukungan yang diberikannya kepada kemampuan pengendalian diri seseorang dalam membuat keputusan atau tindakan yang akan diambil. Hasil penelitian ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh (Rindayani et al., 2022), (Ummah et al., 2022) dan (Wardani & Fitrayati, 2022)

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan yang sudah dijelaskan tentang Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* melalui *Locus of Control* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang), peneliti dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut: Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang secara positif dan signifikan, Sikap Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Belanja

*Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang secara positif dan signifikan, Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* yang dimediasi oleh *Locus of Control* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, Sikap Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* yang dimediasi oleh *Locus of Control* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

## Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dan disimpulkan, penelitian ini memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat meningkatkan literasi keuangan dan sikap keuangan untuk memperbaiki perilaku konsumtifnya. Selain itu, mahasiswa juga harus memiliki *locus of control* yang baik, karena dengan kontrol diri yang baik mahasiswa mampu meminimalisir pengeluaran sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan berencana melakukan penelitian mengenai topik dan pembahasan yang serupa, disarankan untuk memilih sampel yang berbeda dengan kuantitas yang lebih banyak agar dapat mempresentasikan populasi yang ada dengan lebih baik. Selain itu, bisa juga mempertimbangkan untuk memasukkan variabel-variabel tambahan guna meningkatkan hasil penelitian serta memperbaiki dan melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Adinda Mayza Wiby Andira, & Binti Nur Asiyah. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Group Order By Oohstuf. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 465–478. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4453>
- Al Arif, N., & Imsar, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 406–428. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2293>
- Bagas Tripambudi, E. S. I. (2020). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN GADGET PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal Empati*, volume 7 (, 597–603.
- 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 (EBm)*, Volume 3 N, 297–302.

Dewi Kumalasari, Y. H. S. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MODERNITAS INDIVIDU, UANG SAKU DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI S1 PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2016 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.12 No., 61–71.

Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.

Dilasari. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Lifestyle, Locus of Control dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 74–87. <http://www.ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/658>

Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.

Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Pgri Madiun). *Review of Accounting and Business*, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>

Misgiyanto, A. (2018). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*.

Mu'amala, R., & Wahjudi, E. (2021). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 883. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p06>

Nisa, C. L. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015*. Universitas Negeri Semarang.

Nurita Dewi, Rusdarti Rusdarti, S. S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, Volume 6 N, 29–35.

- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing management* (15th ed gl). Pearson Education.
- Pratiwi, I. (2017). PENGARUH LITERASI EKONOMI, KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK PRODUK FASHION DI ONLINE SHOP PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Volume 9 N*, 98–108.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216–227. <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- Rahma, S. U. ., Bukhari, E., & Prasetyo, E. . (2022). Pengaruh Literasikeuangan,Pendapatan Dan Gayahidup Terhadap Perilakukonsumtifbelanjaonlinepadamasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 49–56.
- Rindayani, R., Wiryaningtyas, D. P., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Di Desa Sliwung Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1185. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2315>
- Rini Prihastuty, D., & Rahayuningsih, S. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya* , 03(02), 121–134. [jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17](http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17)
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Siregar, Q. R., & Chairiah, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilakukonsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Padamahasiswa Universitas .... *SOSEK: Jurnal Sosial Dan ...*, 3(2), 84–98. <http://www.jurnal.bundamediagrupal.co.id/index.php/sosek/article/view/286%0Ahttp://www.jurnal.bundamediagrupal.co.id/index.php/sosek/article/viewFile/286/267>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suminar Eva, T. M. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona, Jyrnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 145–152.
- Syariifah, E. N., & Yuliana, I. (2022). Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap

Perilaku Konsumtif Melalui Rasionalitas pada Mahasiswa Manajemen UIN Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 202–211. <https://doi.org/10.37859/jae.v12i2.4277>

Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 195–208.

Ummah, S. M., Susyanti, J., & Priyono, A. A. (2022). Pengaruh Sikap Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Efikasi Diri Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Melalui Pengendalian Diri Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 19–32.

Wardani, L. A., & Fitrayati, D. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dengan locus of control sebagai variabel intervening. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5827–5836. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1894>

Wulandari, D. A., & Adiba, E. M. (2018). Perilaku Pengelolaan Keuangan Dan Impulsive Buying Wanita Muslim Surabaya. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 318–328. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.39>