

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN, PEMBAYARAN DIGITAL DAN
PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI SHOPEE
PADA GENERASI Z DI SURAKARTA
(Studi Pada Mahasiswa Di Surakarta)**



PROPOSAL

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Mengikuti Ujian Akhir Program Sarjana (S 1)**

Oleh :

Nama : Sekar Fitria Wijayanti

NIM : 2021522520

Jur/Progdi : S1 AKUNTANSI

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DHARMA AUB
SURAKARTA**

2024


HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : Sekar Fitria Wijayanti
NIM : 2021522520
JUR/PROGDI : S1 AKUNTANSI
JUDUL : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN,
PEMBAYARAN DIGITAL DAN PENGENDALIAN
DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI
SHOPEE PADA GENERASI Z DI SURAKARTA (Studi
Pada Mahasiswa Di Surakarta)


PEMBIMBING : Rina Ani Sapariyah SE, MM, AK CA

Surakarta, 7 Desember 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi


Mulyadi, SE., MM., MH., Ak., CA
NIDN.0610096501

Pembimbing


Rina Ani Sapariyah SE, MM, AK CA
NIDN.0623066301

A. Judul Proposal:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN, PEMBAYARAN DIGITAL DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z DI SURAKARTA (Studi Pada Mahasiswa Di Surakarta)

B. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi di era modern ini telah membuat kehidupan manusia lebih mudah. Teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang keuangan. Teknologi digital membuat keuangan menjadi lebih praktis, yang kini dikenal dengan istilah *financial technology (fintech)*. Kehadiran *fintech* memungkinkan transaksi dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*, di mana saja dan kapan saja. Melalui perangkat ini, transaksi dapat dilakukan berkat produk *fintech*, yaitu dompet digital atau *e-wallet*. *E-wallet* adalah aplikasi yang bisa diunduh di *smartphone*. Fungsinya mirip dengan dompet konvensional untuk menyimpan uang dan bertransaksi, namun perbedaannya, *e-wallet* digunakan secara online dengan internet, sedangkan dompet konvensional digunakan secara offline dengan bertransaksi langsung dengan penjual.

Menurut Pulungan (2018:105) “Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi beberapa barang yang sesungguhnya kurang ataupun tidak dibutuhkan (khususnya yang berkaitan dengan reaksi terhadap konsumsi beberapa barang sekunder, yakni beberapa barang yang tidak sangat diperlukan). Perilaku konsumtif memiliki dampak negatif yang dapat

merugikan seseorang seperti pemborosan, ketimpangan sosial dan maraknya terjadi kejahatan, namun tidak hanya itu, perilaku konsumtif juga memiliki dampak positif untuk orang lain seperti dapat membuka lapangan pekerjaan. Jadi dalam melakukan kegiatan konsumsi sebaiknya mengutamakan terlebih dahulu kebutuhan daripada keinginan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu yang pertama literasi keuangan, yaitu pengetahuan dalam mengelola keuangan pribadi atau keluarga dengan benar. Masyarakat cenderung tidak tahu dengan benar tentang bagaimana seharusnya mereka mengatur keuangan dan mencatat keuangan dengan benar. Karena itu mereka tidak memiliki perencanaan keuangan, maka hal tersebut akan mengganggu keuangan mereka. Literasi keuangan, seperti yang didefinisikan oleh (Yushita, 2017) adalah keahlian dalam membedakan pilihan keuangan dan mampu mengelola keuangan dengan baik, keterampilan yang akan mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumtif memberikan hasil yang berbeda-beda antara lain hasil penelitian yang dilakukan oleh Mursalim (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian oleh Mengga (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan pengamatan awal fenomena yang terjadi beberapa mahasiswa di Surakarta seringkali membeli barang-barang yang tidak diperlukan hanya karena tergiur dengan promo "Flash Sale" di Shopee.

Mahasiswa merasa rugi jika tidak membeli produk tersebut meskipun sebenarnya tidak membutuhkannya, akibatnya, rumahnya penuh dengan barang-barang yang jarang digunakan

Persepsi Kemudahan merupakan kepercayaan bahwa sistem informasi mudah digunakan atau tidak sulit untuk dipahami. Keyakinan ini mencerminkan bahwa pembeli percaya terhadap kemampuan penjual pada *marketplace* apakah dapat menjamin keamanan ketika sedang melakukan transaksi pembayaran dan menyakinkan transaksi akan segera diproses. Individu tentunya akan mengalami kesulitan karena faktor keamanan dan tidak tahu cara bertransaksi secara online, maka pembeli cenderung mengurungkan niatnya untuk berbelanja online (Latief & Dirwan, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fittria (2023) menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian oleh Anggraeni (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Fenomena yang terjadi mahasiswa di Surakarta seringkali membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan hanya karena proses pembayaran di Shopee sangat mudah. Fitur Bayar di Tempat atau *cash on delivery* dan integrasi dengan berbagai metode pembayaran digital membuatnya sangat mudah untuk melakukan transaksi, Kemudahan dalam melakukan pembayaran membuat beberapa mahasiswa cenderung lebih impulsif

Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh berkembangnya *Financial technology (Fintech)*. *Fintech* atau *Financial technology* adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern disektor keuangan. Menurut Houston (2020: 35) *Digital Payment* adalah sistem pembayaran yang khusus telah dikembangkan untuk menangani pembayaran barang-barang secara elektronik melalui internet. *Digital payment* atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan dompet elektronik. Transkasi digital dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar. Penggunaan *digital payment* sudah mendominasi kaum generasi X, Y, dan Z. Transaksi menggunakan digital memang terbilang mudah dan praktis selain itu benefit lain dari penggunaan transaksi melalui digital payment ialah adanya promosi-promosi yang didapatkan seperti cashback, dan diskon (Houston 2020: 42). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Abidzar (2023) menunjukkan bahwa pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian oleh Mengga (2023) yang menyatakan bahwa pembayaran digital berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Fenomena yang terjadi mahasiswa di Surakarta seringkali membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan hanya karena proses pembayaran di Shopee sangat mudah. Dengan sekali klik, transaksi selesai tanpa perlu repot membawa uang tunai atau kartu debit. Beberapa mahasiswa di

Surakarta mengaku lebih sering berbelanja online di Shopee sejak menggunakan dompet digital. Ia merasa lebih praktis dan efisien karena tidak perlu mencari uang kembalian atau khawatir kehilangan uang tunai.

Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh pengendalian diri, pengendalian diri menurut pendapat Chaplin (2015: 451), menjelaskan bahwa kontrol diri (*self control*) merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, serta kemampuan untuk menekan atau merintangai impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Kontrol diri yaitu tindakan yang mampu mengendalikan diri dan mengontrol keputusan konsumen, mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian agar terhindar dari perilaku konsumtif. Masyarakat seringkali melakukan pembelian tanpa melakukan pertimbangan terlebih dahulu biasanya hal ini disebabkan karena adanya iming-iming discount dan lainnya. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu menurunkan perilaku konsumtif yang dimilikinya begitupun sebaliknya semakin rendah kontrol diri yang dimiliki oleh seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mengga (2023) menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian oleh Handayani (2023) yang menyatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Fenomena yang berdasarkan pengamatan awal beberapa mahasiswa mengaku seringkali melihat iklan produk di media sosial yang membuatnya

ingin membeli produk tersebut. Beberapa mahasiswa merasa tidak lengkap jika tidak memiliki produk yang sedang viral, mahasiswa yang awalnya memiliki pengendalian diri yang baik mulai ikut-ikutan membeli barang-barang branded yang sedang tren di kalangan teman-temannya, merasa tidak ingin ketinggalan zaman dan ingin terlihat keren di mata teman-temannya.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian ini akan mengkaji ulang peneliti sebelumnya sehingga apa yang menjadi hasil penelitian nantinya akan mempertegas dan memperkuat teori yang ada. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menguji PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN, PEMBAYARAN DIGITAL DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z DI SURAKARTA (Studi Pada Mahasiswa Di Surakarta).

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?
2. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?
3. Apakah pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?

4. Apakah pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif?

D. Batasan Masalah

Penelitian diperlukan pembatasan masalah supaya sasaran yang diteliti lebih terfokus dan terpusat pada permasalahan utama yaitu pada variabel Literasi Keuangan, Kemudahan, Pembayaran Digital Dan Pengendalian Diri serta variabel Perilaku Konsumtif Melalui Shopee Pada Generasi Z Di Surakarta (Studi Pada Mahasiswa Di Surakarta).

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris bahwa:

- a. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
- b. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
- c. Pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
- d. Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun praktis.

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada pengguna mengenai pengaruh literasi keuangan, kemudahan, pembayaran digital dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif

sehingga dapat diketahui apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif

- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha agar mendapatkan informasi mengenai bagaimana perilaku konsumennya melalui transaksi digital dengan platform Shopee sehingga pemilik usaha dapat memperbarui dan menyusun strategi untuk meningkatkan keuntungan.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumbangan pemikiran bagi pihak yang akan mengadakan kajian lebih luas dalam bahasan ini.

F. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Tibrisi (2020) Perilaku konsumtif ialah kecenderungan ingin membeli serta memakai produk yang sebenarnya kurang dibutuhkan. Kecenderungan mengonsumsi atau membeli barang yang kurang perlu tidak bersumber pada alasan yang masuk akal sebab orang-orang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan (Dikria & Widjaja, 2016). Perilaku konsumtif ialah pemborosan yang dalam mengonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan tidak bersumber pada kebutuhan (Sari, 2020). Perilaku konsumtif menurut Giswandhani & Hilmi (2020) adalah perilaku seseorang yang

diperuntukkan untuk mengonsumsi ataupun membeli produk berlebihan, tidak masuk akal, menimbulkan pemborosan, dan membuat rasa cemas dan rasa tidak aman. Seorang yang konsumtif melakukan konsumsi tidak untukenuhi kebutuhan, namun untukenuhi keinginan, sehingga membuat pemborosan serta pengeluaran yang tidak tepat (Yudasella & Krisnawati, 2019).

Bersumber pada uraian tersebut, dapat dibuat kesimpulan bahwa perilaku konsumtif ialah suatu perilaku seseorang yang melakukan kegiatan belanja ataupun mengonsumsi jasa serta barang berlebihan yang tidak bersumber pada alasan yang masuk akal. Faktor keinginan lebih penting dari pada faktor kebutuhan yang hendak memunculkan pemborosan serta kecemasan.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Variabel perilaku konsumtif diukur Menggunakan 5 indikator dari pendapat Sumartono (2002) yaitu:

- 1) Membeli produk karena tawaran hadiah
- 2) Membeli produk karena dikemas secara menarik
- 3) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi
- 4) Menggunakan produk karena kesesuaian model iklan
- 5) Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda).

Indikator ini digunakan karena akan menggambarkan bagaimana seseorang memiliki perilaku yang konsumtif. Jika seseorang

melakukan konsumsi tidak berdasarkan suatu kebutuhan maka orang tersebut memiliki perilaku konsumtif.

2. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Tibrisi (2020) menyatakan literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai keuangan serta kemampuan perencanaan keuangan yang dibutuhkan individu untuk bisa mengambil keputusan yang efektif tentang keuangan pribadi yang merupakan hal yang berguna untuk pengelolaan keuangan. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi, 2017). Menurut *Program for International Student Assessment* (OECCD, 2017) literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang mengenai konsep, risiko, keterampilan, dorongan atau motivasi serta adanya rasa percaya diri dalam membuat keputusan efektif di berbagai aspek keuangan. Pemahaman serta pengetahuan tersebut bertujuan pada kesejahteraan keuangan individu maupun kelompok masyarakat serta sebagai bentuk partisipasi dalam perekonomian. Menurut Tomaskova (2011) literasi keuangan merupakan bagian dari literasi ekonomi yang lebih luas termasuk kemampuan untuk menjaga pendapatan, mempertimbangkan risiko dari keputusan tentang pendapatan, orientasi pada pasar tenaga kerja, dan kemampuan membuat keputusan tentang konsumsi. Literasi keuangan selalu terkait dengan literasi numerik (keterampilan matematika), literasi informasi (kemampuan menggunakan informasi),

dan literasi hukum (orientasi sistem hukum). Berdasarkan beberapa pendapat yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan literasi keuangan ialah pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan dalam menentukan keputusan mengenai aspek keuangan. Seorang konsumen yang baik tercipta karena memiliki literasi keuangan yang baik pula.

b. Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan diukur dengan 4 indikator dalam penelitian ini, menurut (Yanti, 2019) indikator tersebut antara lain:

1) Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan

Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan berkaitan pada pemahaman seseorang tentang bagaimana mengelola keuangan usaha. Pengelolaan keuangan adalah cara untuk mengelola keuangan secara efektif dan efisien.

2) Investasi

Investasi adalah menyimpan sejumlah uang atau aset yang disimpan untuk memperoleh pendapatan lebih di masa yang akan datang

3) Tabungan dan pengelolaan kredit

Pengelolaan tabungan adalah suatu cara untuk mencari kelebihan dana yang dimiliki individu untuk memperoleh likuiditas dengan cepat. Pengelolaan kredit adalah suatu proses dimana pemilik usaha mengelola hutangnya agar digunakan secara tepat sesuai dengan tujuan awal pemberian pinjaman.

4) Asuransi

Asuransi adalah untuk mencegah atau meminimalkan risiko yang timbul dari pengambilan keputusan yang dibuat oleh seorang

3. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna (Davis, 2017: 120). Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa dengan terus menggunakan e-money akan bebas dari usaha. Jika sebuah sistem relatif mudah digunakan, pengguna akan lebih bersedia untuk belajar tentang fitur-fiturnya dan akhirnya berniat untuk terus menggunakannya. Dalam penelitian ini, untuk mengukur kemudahan penggunaan yaitu: mudah dipahami dan mudah dipelajari.

Jogiyanto (2015: 56) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Sun dan Zhang (2015: 21) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil).

Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan

keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

b. Indikator Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan dari pengguna. Davis (2017: 132) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1) Easyness

Easyness adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan. Dalam lingkup *ecommerce* kemudahan ini mengacu pada semudah apa website dapat dijalankan oleh individu.

2) Clear and understandable

Clear and understandable adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan. Dalam ruang lingkup *e-commerce*, *clear and understandable* mengacu pada sebuah aplikasi atau website yang memiliki *content* yang mudah dipahami

3) Easy to learn

Easy to learn adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup *e-commerce*, dimensi ini mengacu pada sejauh mana

sebuah website dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.

4) *Overall easiness*

Overall easiness adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Dalam lingkup *e-commerce*, dimensi ini mengacu pada kemudahan secara keseluruhan yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi.

4. Pembayaran Digital

a. Pengertian Pembayaran Digital

Transaksi yang dilakukan secara digital sering disebut dengan pembayaran digital (*digital payment*). Menurut Tarantang (2019) Sistem pembayaran digital merupakan pemindahan uang dari konsumen ke penjual, yang sistem pembayarannya menggunakan teknologi bukan lagi uang secara fisik, diproses dan diterima dalam bentuk non fisik. Konsep pembayaran digital yakni memanfaatkan program tertentu seperti pembayaran kartu dan uang elektronik. Aplikasi Pembayaran digital banyak digunakan di Indonesia, antara lain SHOPEEPAY, OVO, DANA, GOPAY, dan banyak lagi yang sudah terlindungi oleh OJK, yang memiliki konsep metode transfer. Selain transfer langsung dapat juga melalui metode *Quick Response Code* dan *Quick Response Indonesia Standard* yang biasa digunakan oleh UMKM (Sihaloho, 2020). Menurut Nubika (2018) Sistem pembayaran digital adalah proses jual beli yang menggunakan aplikasi pada perangkat elektronik

sebagai alat pembayaran. Uang berbasis digital merupakan uang berbentuk virtual dengan memakai perangkat lunak dan koneksi internet. Dapat dikatakan uang digital adalah dana yang diaplikasikan ke dalam bentuk virtual pada perangkat lunak dan disajikan pada aplikasi sesuai dengan nominal uang yang dimasukkan tanpa mengurangi nilai pada uang tersebut.

b. Indikator Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital berlangsung melalui internet yang terhubung dengan komputer dan ponsel, oleh karena itu keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi . Berikut indikator yang dapat diberikan oleh aplikasi sistem pembayaran digital menurut Oktaviana Fensi Anggraeni, Moh Halim dan Achmad Syahfrudin Zulkarnaeni (2022) yaitu

1) Kecepatan

Dalam beberapa detik saja, pengguna dapat mentransfer dana dari bank mereka ke rekening penerima. Sehingga pembayaran dapat dilakukan secara cepat

2) Kemudahan

Sistem pembayaran digital payment memungkinkan pengguna untuk membayar dan membeli barang secara online dengan mudah tanpa harus pergi ke bank atau toko fisik.

3) Efisiensi

Pembayaran digital lebih menghemat waktu dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional.

4) Transaparasi

Digital Payment memberikan data dan informasi pembayaran secara terbuka dan aman.

5. Pengendalian Diri

a. Pengertian Pengendalian Diri

Menurut pendapat Chaplin (2015:451), menjelaskan bahwa kontrol diri (*self control*) merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, serta kemampuan untuk menekan atau merintangai impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Pengertian tersebut berarti bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengarahkan tingkah lakunya sehingga dapat mengurangi atau menghindari tingkah laku yang merugikan dirinya.

Pendapat lain dikemukakan oleh Pengendalian diri adalah suatu kemampuan dalam mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang dapat termasuk dari suatu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan atau membeli suatu produk. Pengendalian diri timbul dari kemampuan seseorang dalam mengendalikan tingkah laku dengan berbagai pertimbangan agar pengambilan keputusan yang salah dapat dihindari (Nofitriani, 2020).

Semakin baik pengendalian diri yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin kuat pengendalian tingkah laku yang akan membawa

seseorang ke dalam perilaku yang positif. Selain itu dengan adanya pengendalian diri, mahasiswa dapat menahan keinginan – keinginan yang muncul secara berlebihan dalam dirinya sendiri (Adiputra, 2017).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli yang telah dipaparkan, dapat peneliti simpulkan bahwa pengertian self control yaitu suatu keterampilan individu dalam mengendalikan keinginan sesaat dari dalam diri yang berpengaruh terhadap perilaku yang kurang sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Keterampilan akan mengontrol diri ini dapat digunakan oleh individu untuk mengarahkan dirinya agar tidak terpengaruh oleh rangsangan-rangsangan dari dalam diri maupun dari luar yang dapat berpengaruh terhadap tingkah laku. Hal ini dapat mencegah individu dari tingkah laku impulsif, sehingga individu dapat terhindar dari konsekuensi yang merugikan dirinya.

b. Indikator Pengendalian Diri

Ghufroon & Risnawita (2010: 29), menyebutkan bahwa aspek-aspek kontrol diri terdiri dari kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol dalam mengambil keputusan (*decisional control*).

1) Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang secara langsung dapat digunakan untuk mengambil suatu tindakan guna menghindari situasi yang tidak menyenangkan dan mengurangi dampak dari situasi tersebut. Artinya bahwa individu

dengan kontrol perilaku yang baik akan mampu menghadapi suatu keadaan dengan menggunakan respon yang baik sehingga akan mampu menghindari situasi yang merugikan.

2) Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan. Individu dengan kontrol kognitif yang baik akan mampu mengontrol informasi dengan cara menafsirkan, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam kerangka pikiran. Tindakan tersebut dilakukan guna melakukan proses adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan-tekanan psikologis.

3) Kontrol dalam pengambilan keputusan (*decesional control*)

Kontrol pengambilan keputusan merupakan kemampuan individu untuk menetapkan suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui. Dalam hal ini kontrol dalam pengambilan keputusan memiliki fungsi dalam menentukan pilihan dalam berbagai kemungkinan tindakan yang akan diambil oleh individu.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai penyaluran kredit dapat dilihat dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel I
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian (Kesimpulan)
1	Lestari (2022)	Pengaruh Sosial, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi UIN Raden Mas Said Surakarta	1. regresi linier berganda 2. uji t 3. uji F	1. pengaruh sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
2	Handayani (2023)	<i>The Influence of Financial Literacy, Electronic Money, Lifestyle and Self-Control on Student Consumptive Behavior</i>	1. regresi linier berganda 2. uji t 3. uji F	1. literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. Pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 4. Pengendalian diri berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif
3	Abidzar (2023)	Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta	1. regresi linier berganda 2. uji t 3. uji F	1. dompet digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
4	Anggraeni (2023)	Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia	1. regresi linier berganda 2. uji t 3. uji F	1. kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 4. kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
5	Mengga (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja	1. regresi linier berganda 2. uji t 3. uji F	1. literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. Pembayaran digital berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 4. pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
6	Fittria (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Harga dan Ulasan Produk Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi dalam Marketplace	1. regresi linier berganda 2. uji t 3. uji F	1. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. Harga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. Ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
7	Mursalim (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech	1. regresi linier	1. Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

	Digital Payment, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsutif Mahasiswa Di Kota Makassar	berganda 2. uji t 3. uji F	2. Pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
--	---	----------------------------------	--

H. Riset Gap

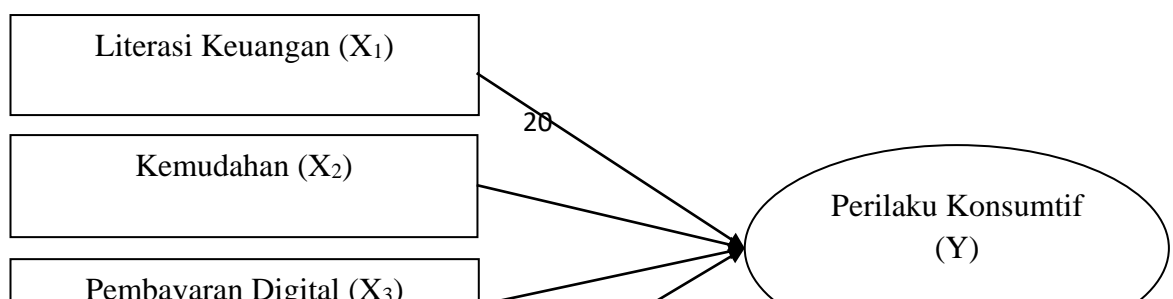
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan peneliti terdahulu maka dapat disusun riset gap sebagai berikut:

Tabel I
Penelitian Terdahulu

No	Arah Hipotesis	Berpengaruh signifikan	Berpengaruh tidak signifikan
1	Literasi Keuangan Terhadap perilaku konsumtif	Abidzar (2023), Mursalim (2024)	Handayani (2023), Mengga (2023)
2	Kemudahan Terhadap perilaku konsumtif	Fittria (2023)	Anggraeni (2023)
3	Pembayaran digital Terhadap perilaku konsumtif	Handayani (2023), Abidzar (2023)	Mengga (2023)
4	Pengendalian diri Terhadap perilaku konsumtif	Lestari (2022), Mengga (2023)	Handayani (2023)

I. Kerangka Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar I Kerangka Penelitian

Sumber: Lestari (2022), Handayani (2023), Abidzar (2023), Anggraeni (2023), Mengga (2023), Fittria (2023), Mursalim (2024)

J. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan yang akan diuji kebenarannya dengan fakta yang ada (Jogiyanto, 2014:41).

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Tibrisi (2020) menyatakan literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai keuangan serta kemampuan perencanaan keuangan yang dibutuhkan individu untuk bisa mengambil keputusan yang efektif tentang keuangan pribadi yang merupakan hal yang berguna untuk pengelolaan keuangan. Tingkat literasi keuangan yang baik memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya perencanaan keuangan, dampak utang, serta risiko dari keputusan finansial yang tidak sehat. Dengan demikian, literasi keuangan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Secara keseluruhan, literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Semakin baik literasi keuangan seseorang, semakin kecil kemungkinan mereka berperilaku konsumtif secara berlebihan, karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengelola keuangan secara sehat dan menjaga kestabilan finansial jangka panjang. Berdasarkan hasil penelitian dari Mursalim (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Kemudahan terhadap perilaku konsumtif.

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna (Davis, 2017). Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemudahan terhadap suatu platform belanja, semakin besar kemungkinan konsumen untuk berperilaku konsumtif. Hal ini karena kemudahan tersebut mengurangi hambatan dalam melakukan transaksi, sehingga mendorong konsumen untuk membeli barang-barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau prioritas keuangan mereka. Berdasarkan hasil penelitian dari Fittria (2023) menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₂: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Tarantang (2019) Sistem pembayaran digital merupakan pemindahan uang dari konsumen ke penjual, yang sistem pembayarannya menggunakan teknologi bukan lagi uang secara fisik, diproses dan diterima dalam bentuk non fisik. Konsep pembayaran digital yakni memanfaatkan program tertentu seperti pembayaran kartu dan uang elektronik. Aplikasi Pembayaran digital banyak digunakan di Indonesia, antara lain SHOPEEPAY, OVO, DANA, GOPAY, dan banyak lagi yang sudah terlindungi oleh OJK, yang memiliki konsep metode transfer. Secara keseluruhan, pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena menawarkan kenyamanan dan kemudahan yang mengurangi hambatan dalam berbelanja. Semakin mudah dan cepat proses pembayaran, semakin besar kemungkinan konsumen untuk berbelanja lebih banyak atau melakukan pembelian impulsif, yang pada akhirnya meningkatkan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian dari Abidzar (2023) menunjukkan bahwa pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₃: Pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.

Menurut pendapat Chaplin (2015: 451), menjelaskan bahwa kontrol diri (*self control*) merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku

sendiri, serta kemampuan untuk menekan atau merintangai impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Pengertian tersebut berarti bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengarahkan tingkah lakunya sehingga dapat mengurangi atau menghindari tingkah laku yang merugikan dirinya. Secara keseluruhan, pengendalian diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tingkat pengendalian diri yang tinggi dapat membantu seseorang menghindari pembelian impulsif dan mengelola keuangannya dengan lebih bijak. Sebaliknya, rendahnya pengendalian diri meningkatkan risiko perilaku konsumtif yang berlebihan, yang dapat berdampak negatif pada stabilitas keuangan individu di masa depan. Berdasarkan hasil penelitian dari Mengga (2023) menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₄: Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

K. Metode Penelitian

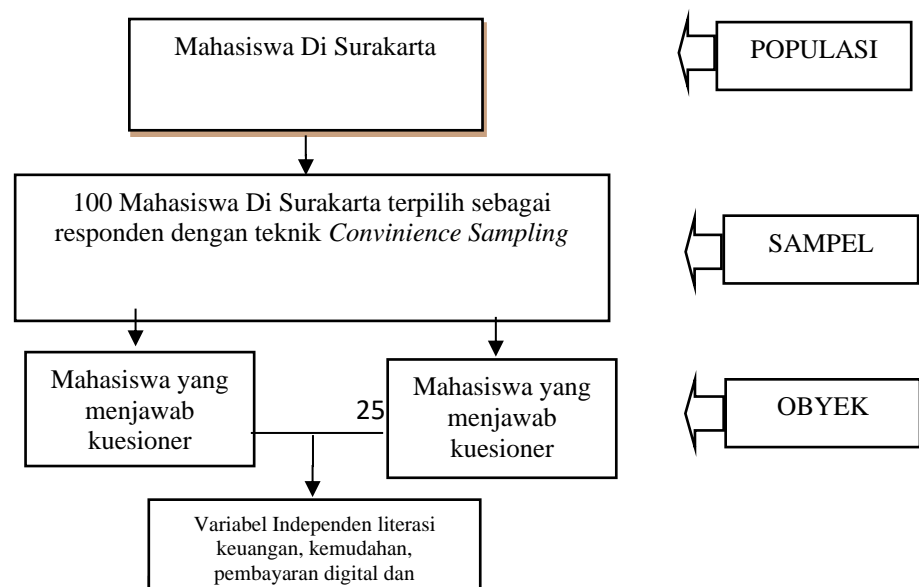
1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa perguruan tinggi di Surakarta. Pada mahasiswa gen Z yang aktif dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam berbelanja melalui platform e-commerce seperti shopee.

2. Desain Penelitian

Rancangan atau desain penelitian ini termasuk penelitian eksplanatori, yang bertujuan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana suatu mempengaruhi variabel lain. Desain Penelitian diuraikan sebagai berikut:

1. Tujuannya untuk menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel penelitian yaitu literasi keuangan, kemudahan, pembayaran digital dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.
2. Data atau informasi yang dibutuhkan di dapat dari Dokumen dan respon para mahasiswa gen Z di Surakarta. Sampel yang digunakan memenuhi jumlah kaidah penelitian. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 responden.
3. Data diolah dan dianalisis menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan berbagai asumsi maupun proses pengujian yang berlaku.
4. Hasil penelitian diinterpretasikan dan diimplikasikan untuk menjawab masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.





Gambar 2
Desain Penelitian

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk mengetahui lebih jelas tentang definisi masing-masing variabel. Adapun definisi operasional adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Tibrisi (2020) Perilaku konsumtif ialah kecenderungan ingin membeli serta memakai produk yang sebenarnya kurang dibutuhkan., indikatornya sebagai berikut:
- 1) Membeli produk karena tawaran hadiah
 - 2) Membeli produk karena dikemas secara menarik
 - 3) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi
 - 4) Menggunakan produk karena kesesuaian model iklan
 - 5) Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda).
- b. Menurut Tibrisi (2020) menyatakan literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai keuangan serta kemampuan perencanaan keuangan yang dibutuhkan individu untuk bisa mengambil keputusan yang efektif tentang keuangan pribadi yang merupakan hal yang berguna untuk pengelolaan keuangan.. Indikator literasi keuangan, meliputi:
- 1) Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan
 - 2) Investasi
 - 3) Tabungan dan pengelolaan kredit
 - 4) Asuransi
- c. Menurut Davis, (2017) Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Indikator penelitian Kemudahan, meliputi:
- 1) *Easyness*
 - 2) *Clear and understandable*

3) *Easy to learn*

4) *Overall easiness*

d. Menurut Tarantang (2019) Sistem pembayaran digital merupakan pemindahan uang dari konsumen ke penjual, yang sistem pembayarannya menggunakan teknologi bukan lagi uang secara fisik, diproses dan diterima dalam bentuk non fisik.. Indikator penelitian pembayaran digital, meliputi:

- 1) Kecepatan
- 2) Kemudahan
- 3) Efisiensi
- 4) Transaparasi

e. Menurut Chaplin (2015: 451), menjelaskan bahwa kontrol diri (self control) merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, serta kemampuan untuk menekan atau merintangai impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Indikator penelitian pengendalian diri, meliputi:

- 1) Kontrol perilaku (*behavior control*)
- 2) Kontrol kognitif (*cognitive control*)
- 3) Kontrol dalam pengambilan keputusan (*decesional control*)

4. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 110). Populasi yang diambil adalah seluruh Mahasiswa Di Surakarta yang berjumlah 93.479 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi penelitian, sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Di Surakarta, diambil sejumlah anggota populasi yang ada sejumlah 93.479. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2018: 115):

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

n = ukuran sampel;

N = ukuran populasi;

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir

Jumlah populasi adalah 93.479 dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$n = 93.479 / (93.479 (0,1)^2 + 1) = 99.89 \text{ (dibulatkan menjadi 100).}$$

Sehingga dalam penelitian ini diambil sampel 100 responden Mahasiswa Di Surakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang

yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018 : 122).

5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dari dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner penelitian yang disebarakan kepada seluruh Mahasiswa di Surakarta menggunakan *google form*.

2. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari literatur-literatur, jurnal penelitian dan data-data kepustakaan lainnya.

6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner berisi pernyataan mengenai perilaku konsumtif, literasi keuangan, kemudahan, pembayaran digital dan pengendalian diri. Pengukuran terhadap variabel dengan menggunakan skala likert untuk keperluan analisis. Skala likert ini digunakan untuk mengukur respons subyek ke dalam 5 (lima) poin skala dengan interval yang sama, dengan ketentuan sebagai berikut: (Sugiyono, 2018), Pernyataan variabel sebagai berikut:

- a. Alternatif jawaban Sangat Setuju, dengan skor 5
- b. Alternatif jawaban Setuju, dengan skor 4
- c. Alternatif jawaban Netral, dengan skor 3

d. Alternatif jawaban Tidak Setuju, dengan skor 2

Alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju, dengan skor 1

7. Metode Analisis Data

a. Uji Kualitas Kuesioner

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur, mengukur yang ingin diukur. Dalam penelitian ini akan menggunakan pengujian validitas dengan *corrected item-total correlation*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya. Teknik statistik yang digunakan untuk mencari koefisien korelasi adalah teknik *product moment* dari *Pearson*, menggunakan alat bantu komputer dengan program *SPSS 17.00 for windows*.

Dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2018):

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi product moment

$\sum x$ = Jumlah masing-masing butir variable independen

$\sum y$ = Jumlah skor total variable dependen

$\sum xy$ = Jumlah antara skor x dan y

n = Jumlah subyek/sampel

Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan valid

Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak valid

2) Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Masing-masing pernyataan diuji konsistensinya terhadap variabel penelitian dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Teknik ini dipilih karena merupakan pengujian konsistensi yang cukup sempurna. Persamaan *Cronbach Alpha*, sebagai berikut (Sugiyono, 2018):

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_i^2 = Varian total

Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan sebaliknya penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Croanbach Alpha* < 0,60 (Ghozali, 2018).

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, maka model regersi linier berganda dengan dua variabel bebas tersebut harus lolos uji asumsi klasik, yang merupakan syarat berlakunya analisis regresi.

Oleh karena itu harus dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas (Ghozali, 2018).

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi bebas multikolinieritas atau tidak. Memperhatikan nilai toleransi dan nilai VIF (*Variance Inflation factor*), apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,10$, maka variabel tersebut terjadi multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,10$ maka variabel tersebut bebas multikolinieritas.

2) Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t , dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Jika d nilainya antara 1,5 sampai 2,5 maka data tidak mengalami autokorelasi. Tetapi, jika $d = 0$ sampai 1,5 disebut memiliki autokorelasi positif dan jika $d > 2,5$ sampai 4 disebut memiliki autokorelasi negatif (Ghozali, 2018).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Bila variance dari residual

satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas dan bila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas.

Cara yang paling sering digunakan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yakni ZPRED dengan residualnya yakni SRESID. Deteksi tersebut dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID di mana sumbu Y yakni Y yang telah diprediksi, sedangkan sumbu X yakni residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a) Bila ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
- b) Bila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak ada heteroskedastisitas.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui normalitas data dari masing-masing variabel. Penelitian ini digunakan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* dengan kriteria, jika nilai signifikansi hitung lebih besar dari 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi

normalitas dan sebaliknya jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka tidak lolos uji.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (literasi keuangan, kemudahan, pembayaran digital dan pengendalian diri) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Menurut Sugiyono, regresi linier berganda adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2018). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku konsumtif

α = Konstanta

X_1 = Literasi keuangan

X_2 = Kemudahan

X_3 = Pembayaran digital

X_4 = Pengendalian diri

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = koefisien regresi masing-masing variabel

e = *Error Disturbance*

2) Uji t

Uji t atau uji parsial dimaksud untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y) dengan asumsi variabel yang lain konstan. Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika probabilitas (signifikan) > 0.05 maka H_0 diterima
- b) Jika probabilitas (signifikan) < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Ghozali, 2018)

Uji t juga digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen.

Hipotesis statistik:

- a) H_0 : secara parsial variabel bebas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat.
- b) H_a : secara parsial variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinansi merupakan suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari y (variabel dependen) dari sebuah persamaan regresi. Nilai koefisien determinansi ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Apabila nilai koefisien determinansi sama dengan 0 maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan

oleh variabel independen. Sebaliknya apabila nilai Koefisien determinansi sama dengan 1 maka semua variasi variabel dependen dapat dijelaskan secara sempurna oleh variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidzar. 2023. Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret ISSN Online: 2549-2284*
- Adiputra. 2017. Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha e-ISSN 2548 –5024*
- Anggraeni .2023. Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *Jurnal Universitas Pendidikan Nasional Denpasar Bali, JPEK, Vol. 7, E-ISSN: 2549-0893*
- Chaplin, J.P. 201). *Kamus lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Davis, Gordon B. 2017. *Kerangka Dasar: Sistem Informasi Manajemen, Bagian I Pengantar*. Seri Manajemen No. 90-A. Cetakan Kedua Belas, Jakarta: PT. Pustaka Binawan Pressindo.
- Dewi, N., & Sunarto, S. 2017. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education, 6(1)*.
- Dikria, O., & W, 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), 143–155*.
- Fittria. 2023. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Harga dan Ulasan Produk Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi dalam Marketplace. *Jurnal UIN Walisongo Semarang, E-ISSN : 2797-1546 Volume 3 Number 2,*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. 2010. *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: ArRuzz Media.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. 2020. Pengaruh Kemudahan Transaksi Non Tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. Makassar.
- Handayani. 2023. The Influence of Financial Literacy, Electronic Money, Lifestyle and Self-Control on Student Consumptive Behavior. *Journal*

Department of Economic Education, Postgraduate Program, State University of Makassar ISBN: 978-623-7496-62-5

- Houston, D. D. 2020. Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67.
- Jogiyanto. 2015. *Metode penelitian Bisnis. Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Latief, F., & Dirwan. 2020. Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30.
- Lestari. 2022. Pengaruh Sosial, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi UIN Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta ISSN: 2580 – 5800*
- Mengga. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Universitas Kristen Indonesia Toraja, Volume.1, No.1 e-ISSN: 2985-766X*
- Mursalim. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar e-ISSN : 2685-2349 Volume 6 No.2*
- Nofitriani, Nisrina Nibras. 2020. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget Pada Siswa Kelas XII SMAN 8 Bogor. *Jurnal Education*, 4 No 1.
- Nubika, Ibrahim. 2018. *Bitcoin Mengenal Cara Baru Berinvestasi Generasi Milenial*, Yogyakarta: Genesis Learning
- OECD. 2017. *PISA 2017 Assesment and Analytical Framework: Raeding, Science, Mathematics Financial Literacy and Collaborative Problem Solving, revised edition*. Paris: OECD Publising.
- Pulungan, D R, & Febriyanti, H. 2018. Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2 (3), 103–110.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., and Rahmayanti, S. 2020. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera

- Utara. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Volume 17(2), hlm. 287–297.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, H ; Zhang, P. 2015. Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9 pp. 618–645),
- Tarantang, J. et al. 2019. Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Al Qardh*, 4 (1): 60–75.
- Tibrisi, A., Hasan, M., Dinar, M., Mustari, M., & Ahmad, M. (2020). The Effect of the Intensity of Accessing Instagram and Financial Literacy on the Consumptive Behavior: a Research Study. *International Journal of Arts and Social Science*, 3(5), 26–31.
- Tomaskova. 2011. Issues of Financial Literacy Education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol 28 (2011), Pp 365-369.
- Yanti, Iko Putri, W. 2019. Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>
- Yudasella, Krisnawati, 2019. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687.
- Yushita Amanita Novi. 2017. Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Volume VI*

KATA PENGANTAR

Kepada Yth.
Sdr/i. Mahasiswa
Di Surakarta.

Dengan hormat,

Saya mengharapkan kesediaan Sdr/i untuk dapat memberikan jawaban yang benar sesuai dengan hati nurani, atas daftar pernyataan yang saya ajukan di bawah ini. Adapun daftar pernyataan yang saya ajukan untuk membantu penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN, PEMBAYARAN DIGITAL DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI SHOPEE PADA GENERASI Z DI SURAKARTA (Studi Pada Mahasiswa Di Surakarta).

Jawaban yang Sdr/i berikan akan sangat bermanfaat bagi kepentingan ilmu pengetahuan. Data yang kami peroleh bersifat terbatas dan tidak dipublikasikan. Atas kerjasama yang saudara berikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Sekar Fitria

ANGKET PENELITIAN

Identitas Responden

1. Nomer Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki/perempuan
3. Umur/Usia : tahun
4. Semester :

Berilah Tanda cross (X) pada pilihan di bawah ini sesuai kondisi

Keterangan jawaban

SS = Sangat setuju

S = setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = sangat Tidak Setuju

A. VARIBEL PERILAKU KONSUMTIF

No	Butir Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa lebih tertarik untuk membeli barang di Shopee jika terdapat bonus atau hadiah khusus.					
2	Saya sering melakukan pembelian produk di Shopee karena tawaran hadiah yang menarik.					
3	Kemasan produk yang menarik di Shopee membuat saya ingin segera membeli produk tersebut.					
4	Saya lebih mudah tertarik untuk membeli produk yang dikemas dengan desain yang bagus.					
5	Saya membeli produk di Shopee untuk meningkatkan penampilan saya di lingkungan sosial.					
6	Saya merasa perlu membeli barang di Shopee agar tetap terlihat modis dan bergengsi.					
7	Saya lebih memilih produk yang diiklankan dengan gaya yang sesuai dengan preferensi saya.					
8	Saya cenderung membeli produk di Shopee karena dipromosikan oleh model atau influencer yang saya suka.					
9	Saya suka mencoba beberapa merek berbeda dari produk yang serupa di Shopee.					
10	Saya cenderung membeli beberapa produk serupa dari merek yang berbeda untuk mencari produk yang paling					

B. VARIBEL LITERASI KEUANGAN

No	Butir Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengatur pemasukan dan pengeluaran keuangan saya					
2	Saya terbiasa mencatat dan memantau setiap transaksi keuangan yang saya lakukan					
3	Saya menyadari pentingnya investasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang					
4	Saya memahami berbagai jenis investasi, seperti saham, obligasi, dan reksa dana					
5	Saya menyadari pentingnya menabung secara rutin untuk kebutuhan masa depan					
6	Saya selalu mempertimbangkan kemampuan finansial saya sebelum memutuskan untuk mengambil utang atau kredit.					
7	Saya memahami manfaat asuransi untuk melindungi diri dari risiko finansial yang tak terduga.					
8	Saya memiliki pengetahuan dasar mengenai jenis-jenis asuransi, seperti asuransi kesehatan, jiwa, dan kendaraan.					

C. VARIBEL KEMUDAHAN

No	Butir Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa mudah menggunakan aplikasi Shopee untuk berbelanja online.					
2	Fitur-fitur dalam aplikasi Shopee memudahkan saya dalam mencari produk yang saya butuhkan.					
3	Informasi yang disajikan di aplikasi Shopee sangat jelas dan mudah dipahami.					
4	Saya tidak kesulitan memahami langkah-langkah berbelanja di Shopee.					
5	Saya cepat memahami cara menggunakan aplikasi Shopee setelah pertama kali mencobanya.					
6	Aplikasi Shopee sangat mudah dipelajari bagi pengguna baru.					
7	Secara keseluruhan, saya merasa bahwa aplikasi Shopee sangat mudah digunakan.					
8	Secara keseluruhan, Saya merasa nyaman menggunakan Shopee karena kemudahan yang ditawarkan.					

D. VARIBEL PEMBAYARAN DIGITAL

No	Butir Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Proses pembayaran digital di Shopee berlangsung dengan cepat.					
2	Saya tidak perlu menunggu lama untuk menyelesaikan pembayaran digital di Shopee.					
3	Saya merasa mudah menggunakan fitur pembayaran digital di Shopee.					
4	Langkah-langkah untuk melakukan pembayaran digital di Shopee sangat sederhana dan tidak membingungkan.					
5	Pembayaran digital di Shopee menghemat waktu saya saat berbelanja.					
6	Saya merasa bahwa pembayaran digital di Shopee meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi.					
7	Informasi mengenai biaya dan potongan saat menggunakan pembayaran digital di Shopee jelas dan transparan.					
8	Saya merasa diberi tahu dengan baik tentang status transaksi saya setelah melakukan pembayaran digital di Shopee.					

E. VARIBEL PENGENDALIAN DIRI

No	Butir Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya dapat mengontrol diri saya untuk tidak membeli barang yang tidak perlu di Shopee					
2	Saya sering meninjau kembali keputusan pembelian saya di Shopee sebelum melakukan transaksi.					
3	Saya sering memikirkan dampak jangka panjang dari pembelian yang saya lakukan di Shopee.					
4	Ketika berbelanja di Shopee, saya cenderung berpikir rasional dan tidak terbawa emosi.					
5	Saya cenderung membuat daftar belanja sebelum melakukan pembelian di Shopee untuk menghindari pembelian yang tidak perlu.					
6	Saya merasa mampu mengambil keputusan yang bijak mengenai apa yang perlu dibeli dan apa yang tidak di Shopee.					