

Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Paylater Dan Keinginan Terhadap Perilaku Implusif Buying Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro)

Novita Ardiyanti¹, Durotun Nasikah²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

E-mail: novitaandriyani99@gmail.com¹, durotunnasika82@gmail.com²

Abstrak

Gaya hidup mahasiswa telah berubah dimana perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan tapi lebih dipengaruhi oleh adanya perkembangan dunia sosial media yang serba konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses paylater, keinginan dan kebutuhan terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan, kemudahan akses paylater, keinginan dan kebutuhan, perilaku konsumtif dan gaya hidup. Populasi dan sampel penelitian adalah mahasiswa prodi Manajemen Angkatan 2018 dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 68 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan akses paylater, dan keinginan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memoderasi atau meningkatkan pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Akses Paylater, Keinginan, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup

Abstract

Student lifestyles have changed where this change is not caused by changing needs but is more influenced by the development of the consumptive world of social media. This study aims to determine the effect of financial literacy, ease of paylater access, wants and needs on consumptive behavior with lifestyle as a mediating variable. Research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is financial literacy, easy access to paylater, wants and needs, consumptive behavior and lifestyle. The population and research sample were students of the Management Study Program 2018 with a total sample of 68 students. Data collection techniques using questionnaires. The analytical tools used are data quality analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) with the SPSS program. The results showed that financial literacy had no effect on consumptive behavior. Ease of access to paylater, and partial desire have a positive and significant effect on consumptive behavior.

improve student consumptive behavior. Financial literacy, easy access to paylater, and desire simultaneously have a positive and significant influence on consumptive behavior. Lifestyle moderates or increases the influence of financial literacy, ease of paylater access, and the desire for consumptive behavior.

Keywords: *Financial Literacy, Ease of Paylater Access, Desire, Consumptive Behavior, Lifestyle*

I. PENDAHULUAN

Perilaku konsumsi masyarakat saat ini erat kaitannya dengan perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis diiringi dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif. Menurut Sunarto dkk., (2018:5) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan.

Pemenuhan kebutuhan yang telah bergeser tersebut sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya. Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Tindakan konsumsi yang irasional dan kompulsif dapat dideskripsikan seperti ketika individu membeli barang atau layanan jasa dengan tidak berdasarkan kebutuhan prioritas namun sekedar memenuhi hasrat dan keinginannya saja. Perkembangan teknologi komunikasi, elektronik dan keuangan juga mendukung masyarakat memiliki akses yang tanpa batas terhadap informasi mengenai produk atau layanan yang diinginkan sehingga lebih mudah terpengaruh untuk bertindak konsumtif.

Kenyataan yang banyak dijumpai saat ini juga terjadi pada kelompok masyarakat diantaranya yaitu mahasiswa yang saat ini juga menjadi sasaran dari beberapa produsen sebagai konsumen sarasannya, karena adanya kecenderungan mahasiswa yang meniru gaya hidup konsumtif yang serba up to date. Gaya hidup mahasiswa telah berubah, dimana perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan tapi lebih dipengaruhi oleh adanya perubahan gaya hidup akibat dari perkembangan dunis sosial media yang serba mempertontonkan gaya hidup yang serba konsumtif. Pada masa sosial media saat ini orang tua bukan lagi menjadi model, melainkan orang-orang di media sosial yang usianya sama yang menjadi model utama (Kanserina, 2015: 20).

Meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat dengan adanya beberapa aplikasi market place saat ini terlihat dari banyaknya pengunjung dari aplikasi tersebut, salah satunya yang saat ini banyak diminati masyarakat adalah marketplace Shopee. Diketahui bahwa jumlah rata-rata kunjungan bulanan Shopee sebanyak 134,4 juta pada kuartal III 2021. Angka ini meningkat 5,8% dari kuartal sebelumnya yang sebanyak 127 juta. Peningkatan tersebut merupakan pertama kalinya sejak mengalami penurunan selama dua kuartal berturut-turut. Tercatat, jumlah kunjungan ke web Shopee sebanyak 129,3 juta pada kuartal IV 2020, naik 34% dari kuartal sebelumnya yang sebanyak 96,5 juta kunjungan. Namun, kunjungan pada kuartal I 2021 menurun 1,5% menjadi 127,4 juta. Lalu kembali menurun 0,3% menjadi 127 juta kunjungan pada kuartal II 2021 (Ipraci, 2021)

Hal ini juga dikaitkan dengan adanya fenomena dimana kecenderungan mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti trend yang saat ini sedang menjadi sorotan dalam rangka menunjukkan eksistensinya di dunia media sosial yang saat ini menjadi dunia yang terkadang lebih lebih dipentingnya dibandingkan dunia nyata itu sendiri. Saat ini mahasiswa memiliki kecenderungan menggunakan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerek untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kuliah yang lebih penting. Kegiatan mengikuti trend ini mendorong mahasiswa untuk membeli barang-barang yang digunakan untuk menampilkan trend tersebut tanpa pikir panjang dan membuat mahasiswa terjebak ke dalam perilaku konsumtif. Pada saat ini pengambilan keputusan konsumen khususnya mahasiswa yang terlihat “irasional” mendasari perilaku ikut-ikutan atau tren. Perilaku konsumtif tersebut dapat terlihat oleh mahasiswa yang dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan (Sunarto dkk., 2018: 3).

Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal biasa, selama membeli itu benar-benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau yang benar-benar dibutuhkan atau kebutuhan primer bukan hanya sekedar keinginan semata (Suryadi, 2020: 3). Keputusan dalam menentukan pilihan apakah sesuatu itu adalah benar kebutuhan atau hanya sekedar keinginan bukanlah pekerjaan yang mudah, sebab berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Karenanya manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang dipelajari dalam ilmu ekonomi (economic) (Astuti, 2016: 3). Dalam hal ini literasi keuangan membantu individu agar pemenuhan kebutuhan bisa dilakukan dengan baik dan terhindar dari kerugian finansial hanya karena mengejar suatu keinginan.

Literasi keuangan merupakan hal penting yang tidak bisa dipisahkan dalam proses mengelola keuangan. Secara keseluruhan, literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence) agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya. Menurut Ardiansyah (2021:3) literasi keuangan akan mempengaruhi pengelolaan seseorang. Perilaku pengelolaan keuangan yaitu keterampilan merencanakan, membuat anggaran, melakukan pengelolaan, dan melakukan pengendalian keuangannya atau bagaimana seseorang dapat mengatur dengan bijak antara kebutuhan dan keinginannya

Kemampuan mahasiswa dalam menentukan mana yang menjadi kebutuhan dan apa yang sekedar menjadi keinginannya juga menjadi permasalahan yang menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif, terkadang mereka hanya membeli produk yang menjadi keinginannya padahal sebenarnya belum mereka butuhkan. Terkait dengan keinginan seseorang yang hampir tiada batasnya maka menjadikan mereka cenderung berlebihan dalam berbelanja dan menjadikan mereka semakin konsumtif. Dengan memahami apakah suatu barang itu memang merupakan kebutuhan atau hanya sekedar keinginan semata dapat membantu mereka terhindar dari perilaku konsumtif dan masalah keuangan (Ramadhani, 2019: 5).

Gaya hidup (lifestyle) adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya, seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Sathish & Rajamohan, 2012: 2). Pemenuhan gaya hidup yang hedonisme saat ini ini juga ditunjang dengan adanya perkembangan dibidang dunia finance dimana saat ini budaya konsumtif konsumen semakin didukung dengan banyaknya flatform digital yang menjediakan jasa pendanaan yang saat ini banyak di kenal dengan istilah pay latter atau membeli barang dengan membayar dikemduian hari dengan cara dicicil atau secara langsung. Kemudahan akan akses pay letter bagi mahasiswa menjadikan perilaku konsumtif mereka semakin menjadi tanpa mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi dikemudian hari terkait dengan kemampuan mereka untuk membayat tagihan tersebut.

Hal lain yang semakin mendukung perilaku konsumtif dari mahasiswa adalah kurangnya pemahaman mashasiswa akan definisi dari kebutuhan dan keinginan, dimana kebutuhan merupakan sesuatu yang memang dibutuhkan oleh mereka dalam kehidupan sehari-hari sedangkan keinginan adalah segala sesuatu yang mereka inginkan berdasarkan motif mereka masing-masing dalam hal ini sebagian besar keininan mahasiswa adalah mengikuti gaya hidup terkini atau apa yang sedang tren di kalangan mereka. Terkadang mereka tidak dapat membedakan apa yang menjadi kebutuhan mereka dan apa yang sebenarnya hanya merupakan keinginan mereka semata.

Fenomena yang terjadi tersebut juga terjadi di kalangan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro khususnya di kalangan mahasiswa prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, dimana didapatkan gambaran bahwa sebagian besar mahasiswa sudah menggunakan aplikasi marketplace terutama aplikasi Shopee sebagai sarana bagi mereka untuk membeli segala kebutuhan dan keinginan mereka. Sebagian besar apa yang mereka beli sebenarnya adalah barang-barang yang sebetulnya bukan kebutuhan utama mereka bahkan hanya sekedar mengikuti tren yang ada atau gaya hidup sosial media yang lagi ramai pada saat itu.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang di ambil yaitu konsumen yang berkunjung ke Muhammadiyah Bisnis Center Kota Metro di Kota dengan jumlah sampel 96 responden. instrumen penelitian menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian diuraikan sebagai berikut:

A. Pengujian Persyaratan Instrumen

Uji validitas menggunakan *Pearson Product Moment*. Uji reliabilitas menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas
2. Uji Linieritas
3. Uji Homogenitas

C. Pengujian Model Analisis

1. Uji Regresi Linear Berganda
Model regresi yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis (MRA)*
2. Uji t

Uji signifikan dilakukan dengan uji-t pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis (α) 5% dengan ketentuan degree of freedom (d.k) = $n - 1 - k$.

3. Uji F

Uji ini dilakukan dengan uji f pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan dalam analisis (α) 5% dengan ketentuan degree of freedom (df1) = $k - 1$: degree of freedom (df.2) = $n - k$.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

No	Variabel	Sig	α	Kesimpulan
1	Literasi keuangan	0,057	0.05	Normal
2	Kemudahan akses paylater	0,189	0.05	Normal
3	Insentif	0,364	0.05	Normal
4	Kompetitor	0,053	0,05	Normal
5	Perilaku konsumtif	0,446	0.05	Normal

B. Uji Linieritas

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Linieritas

No	Variabel	F_{hitung}	Sig	Kesimpulan
1	Y atas X₁	0,831	0,059	Linier
2	Y atas X₂	1,086	0,395	Linier
3	Y atas X₃	1,148	0,116	Linier
4	Y atas Z	1.233	0,291	Linier

Dari tabel dapat diketahui keseluruhan nilai F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan signifikan secara linier antara keseluruhan variabel X_1, X_2, X_3 dan Z dengan variabel (Y).

C. Uji Homogenitas

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Homogenitas

No	Varian	Sig	α	Kesimpulan
1	Y atas X_1	,058	0,05	Homogen
2	Y atas X_2	,060	0,05	Homogen
3	Y atas X_3	,205	0,05	Homogen
4	Y atas Z	,055	0,05	Homogen

1) Uji homogenitas varian Y atas X_1

Berdasarkan hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varian Y atas X_1 diperoleh nilai sig. = $0,058 < 0,05$, artinya data variabel perilaku konsumtif (Y) berdasarkan variabel literasi keuangan (X_1) mempunyai varian yang tidak homogen.

2) Uji homogenitas varian Y atas X_2

Berdasarkan hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varian Y atas X_1 diperoleh nilai sig. = $0,060 < 0,05$, artinya data variabel perilaku konsumtif (Y) berdasarkan variabel akses paylater (X_2) mempunyai varian yang tidak homogen.

- 3) Uji homogenitas varian Y atas X_3
Berdasarkan hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varian Y atas X_1 diperoleh nilai sig. = 0,205 > 0,05, artinya data variabel perilaku konsumtif (Y) berdasarkan variabel keinginan (X_3) mempunyai varian yang homogen.
- 4) Uji homogenitas varian Y atas X_4
Berdasarkan hasil perhitungan untuk pengujian homogenitas varian Y atas X_1 diperoleh nilai sig. = 0,055 < 0,05, artinya data variabel perilaku konsumtif (Y) berdasarkan variabel gaya hidup (Z) mempunyai varian yang homogen.

D. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,294	13,330		,022	,982
	Literasi keuangan	-,124	,178	-,056	-,696	,489
	Kemudahan akses	,467	,151	,386	3,098	,003
	Keinginan	,581	,162	,459	3,576	,001

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,294 - 0.124 X_1 + 0.467 X_2 + 0.581 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan:

- 1) Nilai konstanta (a) yang bernilai 0,294 yang menunjukkan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas X_1 , X_2 dan X_3 , maka besar nilai Y sebesar 8,7691.
- 2) Koefisien regresi literasi keuangan (X_1) adalah -0,124 yang menunjukkan jika literasi keuangan (X_1) terdapat kenaikan 1%, maka perilaku konsumtif akan mengalami penurunan sebesar 12,4% dengan asumsi variabel lain tetap, koefisien yang bernilai positif menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.
- 3) Koefisien regresi kemudahan akses paylater (X_2) adalah 0,467 yang menunjukkan jika kemudahan akses paylater terdapat kenaikan 1%, maka perilaku konsumtif akan mengalami penurunan sebesar 46,7%, koefisien bernilai positif menunjukkan kemudahan akses paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.
- 4) Koefisien regresi keinginan (X_3) adalah 0,581 yang menunjukkan jika keinginan terdapat kenaikan 1%, maka perilaku konsumtif akan mengalami kenaikan sebesar 58,1%, koefisien bernilai positif menunjukkan keinginan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

1. Uji t

- a. Literasi keuangan (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y)
Berdasarkan hasil nilai t_{hitung} (0,696) < t_{tabel} (1,997), dan nilai Sig. 0,489 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- b. Kemudahan akses paylater (X_2) berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil nilai $t_{hitung} 3,098 > t_{tabel} (1,997)$, dan nilai $Sig. 0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan akses paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

- c. Keinginan (X_3) berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif (Y)
Berdasarkan hasil nilai $t_{hitung} 3,576 > t_{tabel} (1,997)$, dan nilai $Sig. 0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa keinginan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Uji F

Tabel 5. Tabel Anova Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2312,268	3	770,756	34,495	,000 ^b
	Residual	1430,011	64	22,344		
	Total	3742,279	67			

- a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
- b. Predictors: (Constant), Keinginan, Literasi keuangan, Kemudahan akses

Nilai $F_{hitung} 34,495 > F_{tabel} (2,748)$ dan nilai $Sig 0,000 \leq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2), dan keinginan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y), atau H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

3. R² Determinasi

Tabel 5. Tabel Hasil R² Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,786 ^a	,618	,600	4,727

- a. Predictors: (Constant), Keinginan, Literasi keuangan, Kemudahan akses

Koefisien determinasi (*R square*) 0,61,8. Hal ini berarti 61,8% variasi dari variabel Y dijelaskan oleh variasi dari k(X_1, X_2, X_3). Sedangkan sisanya (100% - 61,8% = 38,2%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan, yang artinya variabel X (Literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan) mempunyai kontribusi sebesar 61,8% terhadap perilaku konsumtif (Y).

4. Uji Moderasi Variabel Gaya hidup

- a. Moderasi Gaya hidup terhadap Pengaruh Literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Tabel 6. Moderasi Z terhadap Pengaruh X₁ terhadap Y

Hasil Uji regresi	R square	Sig.
Regresi X ₁ terhadap Y	0,014	0,333

Hasil Uji regresi	R square	Sig.
Regresi Moderasi Z terhadap X ₁ dan Y	0,440	0,000

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil uji moderasi tersebut diperoleh hasil bahwa ada peningkatan nilai R Square dari 0,014 menjadi 0,440 yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup meningkatkan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku perilaku konsumtif dan kedua nilai signifikan yang semula > 0,055 menjadi < 0,05 menunjukkan bahwa gaya hidup adalah variabel pure moderasi pengaruh Literasi keuangan terhadap Perilaku konsumtif.

- b. Moderasi Gaya hidup terhadap Pengaruh Akses paylater terhadap perilaku konsumtif

Tabel 7. Moderasi Z terhadap Pengaruh X₁ terhadap Y

	R square	Sig.
Regresi X ₂ terhadap Y	0,541	0,000
Regresi Moderasi Z terhadap X ₂ dan Y	0,577	0,023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil uji moderasi tersebut diperoleh hasil bahwa ada peningkatan nilai R Square dari 0,541 menjadi 0,557 yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memperkuat pengaruh kemudahan akses paylater terhadap perilaku perilaku konsumtif dan nilai signifikan regresi pertama menunjukkan nilai yang signifikan (< 0,05) dan persamaan kedua menunjukkan nilai yang juga signifikan (< 0,05) yang menunjukkan bahwa bahwa gaya hidup adalah variabel moderator yang memperkuat pengaruh kemudahan akses paylater terhadap Perilaku konsumtif namun berperan sebagai variabel quasi moderasi atau dapat juga menjadi variabel yang berpengaruh.

- c. Moderasi Gaya hidup terhadap Pengaruh Keinginan terhadap perilaku konsumtif

Tabel 8. Moderasi Z terhadap Pengaruh X₃ terhadap Y

	R square	Sig.
Regresi X ₃ terhadap Y	0,553	0,000
Regresi Moderasi Z terhadap X ₃ dan Y	0,566	0,168

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil uji moderasi tersebut diperoleh hasil bahwa ada peningkatan nilai R Square dari 0,553 menjadi 0,566 yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup meningkatkan pengaruh keinginan terhadap perilaku perilaku konsumtif dan nilai signifikan regresi pertama menunjukkan nilai yang signifikan (< 0,05) dan persamaan kedua menunjukkan nilai yang tidak signifikan (> 0,05) yang menunjukkan bahwa bahwa gaya hidup adalah variabel predictor moderasi hanya berperan sebagai variabel prediktor dalam model hubungan yang dibentuk.

E. Pembahasan

1. Literasi keuangan (X₁) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil tidak ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien yang dihasilkan bertanda

negatif yang menyatakan bahwa literasi keuangan justru akan memperlemah perilaku konsumtif atau dengan kata lain semakin baik literasi keuangan dari mahasiswa maka akan mengurangi perilaku konsumtif mereka. Hal ini berarti jika literasi keuangan semakin baik, maka akan menurunkan perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dimana literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang bermanfaat untuk membuat keputusan dibidang keuangan yang efektif dan meningkatkan pengaturan keuangan dari individu dan kelompok, serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi. Dengan demikian semakin baik literasi keuangan mahasiswa mereka akan mengurangi perilaku konsumtif mereka karena perilaku tersebut tidak sesuai dengan prinsip pengaturan keuangan yang baik karena hal tersebut cenderung pada tindakan pemborosan, maka jika literasi keuangan mereka baik justru akan mengurangi perilaku konsumtif seseorang.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Rianti Hikmah Ramadhani (2019) dengan hasil bahwa Secara parsial, Literasi Keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

2. Akses paylater (X_2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada pengaruh signifikan kemudahan akses paylater terhadap perilaku konsumtif. Koefisien yang dihasilkan bertanda positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kemudahan akses paylater terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menyebabkan hipotesis yang diajukan diterima karena ternyata kemudahan akses paylater memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kemudahan akses paylater merupakan kemudahan yang diberikan oleh sebuah aplikasi untuk memfasilitasi pengadaan pembiayaan konsumen untuk membeli barang yang diinginkannya. Dengan kemudahan terhadap akses paylater membuat konsumen membeli barang dimana sebenarnya mereka belum mempunyai uang untuk membeli barang tersebut. Kemudahan ini dapat membantu seseorang untuk membeli barang yang sangat dibutuhkannya disaat mereka belum ada dananya, namun kemudahan ini dapat menimbulkan risiko seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya belum dapat dilakukan terkait dengan kondisi keuangannya, dengan kata lain kemudahan ini akan mendukung perilaku konsumtif dari seseorang.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Vita Hasna Izdi Amelia (2021) dengan hasil bahwa penggunaan SPaylater berpengaruh positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Keinginan (X_3) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada pengaruh keinginan terhadap perilaku konsumtif. Koefisien yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif keinginan dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti jika keinginan semakin tinggi, maka akan meningkatkan perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa keinginan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Keinginan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dimana keinginan merupakan merupakan kemauan seseorang terkait dengan apa yang mereka harapkan dan apa yang

mereka inginkan, kurangnya pemahaman terkait hal apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan tersebut akan membuat seseorang tidak dapat membedakan apa yang sebenarnya ia butuhkan dengan apa yang sekedar apa yang ia inginkan. Kondisi ini lah yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif seseorang disaat ia lebih mementingkan keinginannya dibandingkan dengan apa yang ia butuhkan.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Ramadhani (2019) dengan hasil bahwa keinginan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Literasi keuangan (X_1), Akses paylater (X_2) dan Keinginan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada pengaruh literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikan yang dihasilkan menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama dari ketiga variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif.

Hal ini berarti minimnya literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan tidak mampu untuk membedakan antara keinginan dan kebutuhan (X_3) akan lebih memperkuat pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif karena masing-masing variabel tersebut secara parsial berpengaruh sehingga dengan bergabung keseluruhan variabel tersebut akan lebih memperkuat pengaruhnya secara bersama-sama atau akan lebih meningkatkan peluang dari munculnya perilaku konsumtif dari mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh hasil penelitian Ana Nailu Himatia (2021) dengan hasil ada pengaruh literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup dan kelompok teman sebaya terbukti mempengaruhi perilaku konsumtif. Literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh konsep diri dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

5. Gaya hidup (Z) memoderasi pengaruh Literasi keuangan (X_1), Akses paylater (X_2) dan Keinginan (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada bahwa gaya hidup memoderasi atau memperkuat pengaruh literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) terhadap perilaku konsumtif. Nilai R Square dari keseluruhan hasil regresi yang dihasilkan menunjukkan adanya peningkatan nilai R Square yang menunjukkan bahwa keseluruhan pengaruh dari Literasi keuangan (X_1), Kemudahan akses paylater (X_2) dan Keinginan (X_3) terhadap perilaku konsumtif meningkat setelah dimoderasi oleh variabel gaya hidup.

Hal ini berarti keberadaan variabel moderasi gaya hidup (Z) akan memperkuat pengaruh literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) karena masing-masing pengaruh dari variabel tersebut lebih meningkat setelah di moderasi oleh variabel gaya hidup. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa gaya hidup (Z) memoderasi pengaruh literasi keuangan (X_1), kemudahan akses paylater (X_2) dan keinginan (X_3) terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh hasil penelitian Ana Nailu Himatia (2021) dengan hasil ada bahwa adanya peran moderasi dari gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

IV. Kesimpulan dan Saran

A. Simpulan

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan justru dapat menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Kemudahan akses paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah mendapatkan akses paylater akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Keinginan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keinginan dari mahasiswa akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka.
4. Literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
5. Gaya hidup memoderasi atau meningkatkan pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup akan meningkatkan masing-masing pengaruh dari literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan terhadap perilaku konsumtif.

B. Saran

Dari keseluruhan hasil tersebut maka diharapkan mahasiswa untuk dapat lebih meningkatkan literasi keuangannya agar dapat mengurangi perilaku konsumtif karena dengan literasi keuangan yang baik maka akan meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam memilih sesuatu yang hendak mereka beli.

Daftar Pustaka

- Amelia, (2021), *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Arum, 2019, *Pengertian dan Perbedaan Kebutuhan dengan Keinginan*, diakses dari https://www.gramedia.com/literasi/perbedaan-kebutuhan-dengan-keinginan/#Perbedaan_Kebutuhan_dengan_Keinginan.
- Dilsari (2020), *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif*, Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) Volume 01 Nomor 04 Tahun 2020 (Hal: 74-87).
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah*, Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi Vol. 4 No. 1. 11.
- Himatia, (2021), *Peran Literasi keuangan dalam Memoderasi Pengaruh gaya hidup, Konsep Diri, dan kelompok teman sebaya Terhadap perilaku konsumtif*, Skripsi, Universitas Negeri Semarang.

- Lina dan Rosyid, (2017), *Perilaku Konsumtif berdasar Locus Of Control pada Remaja Putra*. Jurnal Psikologika,4, 5-13
- AV. Dewi, J Nusantoro, A Japlani, (2021), *Pengaruh Perilaku Pengelolaan Keuangan, Locus Of Control, dan Media Sosial Terhadap Hedonisme Lifestyle Di Kalangan Mahasiswa (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro)*, Jurnal Akuntansi AKTIVA, 2021, Vol. 2 Ni. 1 hl. 113-120
- PISA. (2012). *PISA 2012 Results: Students and Money financial literacy skills for the 21st century*. OECD
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Riset Sains Manajemen, 2(1), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Quiserto, 2019, *Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan*. <https://duwitmu.com/>
- Ramadhani, (2019), *Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan kontrol diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*, Skripsi, Universitas Sumatera Utara.
- Ratna Aprilia, Suryadi, Yateno, (2020), *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian terhadap Belanja Produk Online*, Jurnal Manajemen Diversifikasi, Vol. 1. No. 1 Desember 2020
- Riskayanti, (2021), *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*, Skripsi, iversitas Muhammadiyah Makassar.
- Winartha dkk., (2019), *Peran Literasi keuangan dalam Memoderasi Pengaruh gaya hidup, Konsep Diri, dan kelompok teman sebaya Terhadap perilaku konsumtif*, Journal of Accounting and Business Studies Vol. 4, No. 2, September 2019.
- Yushita, A. N. (2017). *Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi*. Jurnal Nominal