

## **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Komsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Lamappapoleonro**

**Sukma Aini<sup>1</sup>, Masyadi<sup>2</sup>, Puji Rahmah<sup>3</sup>, Neri Aslina<sup>4</sup>**

Manajemen, Universitas Lamappapoleonro<sup>1,2,3</sup>

Jl. Kesatria No. 60 Telp (0484) 21261 Watansoppeng<sup>1,2,3</sup>

Hukum Ekonomi Syariah, STAI Ibnu Sina<sup>4</sup>

Jl. Lubuk Baja, Lantai 3 -4, Pelita Kota Batam<sup>4</sup>

Email : sukmaaini1972@gmail.com<sup>1</sup>, masyadi@unipol.ac.id<sup>2</sup>, pujirahma698@gmail.com<sup>3</sup>,  
neriaslina1983@gmail.com<sup>4</sup>

### **ABSTRAK**

Mahasiswa merupakan kelompok usia yang rentan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, semakin banyaknya produk yang mudah diakses, pengaruh pergaulan, dan kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro. Fenomena gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa semakin meningkat seiring dengan kemudahan akses terhadap platform belanja daring, layanan kredit digital, dan kurangnya pemahaman terkait pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel diambil sebanyak 100 responden mahasiswa Prodi Manajemen melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh antara variabel literasi keuangan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Dari total populasi sebanyak 621 mahasiswa, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh 86 responden sebagai sampel penelitian. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro, maka digunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil penelitian tentang literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro. Berdasarkan kesimpulan tersebut penulis menyarankan bahwa untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa pada Program studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro hendaknya dilakukan upaya yang komprehensif melalui edukasi keuangan yang efektif yang tidak hanya mereka peroleh dalam matakuliah Manajemen Keuangan dalam meningkatkan literasi keuangan mereka.

**Kata Kunci :** Literasi Keuangan, Perilaku Komsumtif, Mahasiswa, Purposive Sampling

### **ABSTRACT**

*College students are an age group vulnerable to consumer behavior. This is due to several factors, such as the rapid development of information and communication technology, the increasing availability of easily accessible products, the influence of social circles, and a lack of understanding of financial literacy. This study aims to determine the effect of financial literacy on the consumer behavior of students in the Management Study Program at Lamappapoleonro University. The phenomenon of a consumer lifestyle among students is increasing along with easy access to online shopping platforms, digital credit services, and a lack of understanding regarding personal financial management. This study used a quantitative approach with a survey method. A sample of 100 Management Study Program students was taken through a purposive sampling technique. Data collection was carried out using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data analysis was performed using simple linear regression to examine the effect of financial literacy variables (X) on consumer behavior (Y). The sampling technique used a purposive sampling method. From a total population of 621 students, the number of samples was determined using the Slovin formula with a margin of error of 10%, resulting in 86 respondents as research samples. To determine the effect of financial literacy on the consumptive*

*behavior of students in the Management Study Program at Lamappapoleonro University, a simple linear regression analysis was used. Based on the results of research on financial literacy on the consumptive behavior of students in the Management Study Program at Lamappapoleonro University, it can be concluded that financial literacy has a significant effect on financial literacy on the consumptive behavior of students in the Management Study Program at Lamappapoleonro University. Based on these conclusions, the author suggests that to reduce the consumptive behavior of students in the Management Study Program at Lamappapoleonro University, comprehensive efforts should be made through effective financial education that they not only get in the Financial Management course in improving their financial literacy.*

**Keywords:** Financial Literacy, Consumptive Behavior, Students, purposive sampling.

## PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, kemampuan mengelola keuangan menjadi kebutuhan penting, terutama bagi mahasiswa yang sedang berada dalam tahap transisi menuju kemandirian finansial. Mahasiswa dihadapkan pada berbagai pilihan gaya hidup dan tekanan sosial yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi mereka. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa, khususnya dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan pribadinya secara bijak. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik umumnya lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mampu merencanakan keuangan jangka pendek dan panjang. Sumber daya manusia (SDM) Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara informal dengan beberapa mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro, ditemukan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan pribadi masih tergolong rendah. Hal ini tercermin dari kecenderungan sebagian besar mahasiswa untuk mengutamakan gaya hidup konsumtif, seperti pembelian barang yang tidak esensial, Misalnya smartphone dengan spek tertinggi dengan kisaran harga diatas 10 juta, penggunaan layanan paylater, hingga kurangnya kebiasaan menabung. Kurangnya literasi keuangan menyebabkan mahasiswa tidak mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pengeluaran menjadi tidak terkontrol.

Penelitian-penelitian sebelumnya

menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih rendah karena mereka mampu membuat perencanaan keuangan yang matang serta mempertimbangkan risiko dalam pengambilan keputusan keuangan. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui program edukasi atau mata kuliah terkait sangat diperlukan guna membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak di kalangan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Lamappapoleonro Soppeng. Dari masalah tersebut, maka dilakukan penelitian Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Lamappapoleonro.

## LANDASAN TEORI

### a) Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah suatu proses perencanaan, pengelolaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap aktivitas keuangan dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan. Proses ini mencakup keputusan-keputusan penting seperti pengelolaan dana, investasi, pembiayaan, dan distribusi laba. Tujuan utama manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham, serta menjaga kestabilan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam pelaksanaannya, manajemen keuangan harus mempertimbangkan berbagai faktor seperti risiko, likuiditas, profitabilitas, dan efisiensi penggunaan sumber daya keuangan

### b) Literasi Keuangan

Perkembangan teknologi digital telah membuat sistem keuangan menjadi lebih

kompleks dan mudah diakses. Aplikasi dompet digital, layanan pinjaman online, dan e-commerce yang tersebar luas membuat seseorang dapat dengan mudah melakukan transaksi tanpa menyadari dampak jangka panjangnya terhadap keuangan pribadi. Tanpa pemahaman yang baik mengenai keuangan, individu rentan terjebak utang konsumtif atau mengalami masalah finansial. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi penting sebagai bekal untuk bersikap bijak dalam menghadapi berbagai godaan konsumsi di era digital ini.

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang tepat terkait aspek keuangan pribadinya. Ini mencakup pengetahuan tentang berbagai konsep dasar keuangan seperti pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, utang, dan manajemen risiko. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik mampu menyusun anggaran, merencanakan keuangan masa depan, serta menghindari jebakan konsumsi yang berlebihan.

Secara konseptual, literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan mengelola aspek keuangan secara efektif—mulai dari pengeluaran, tabungan, investasi, hingga pengambilan keputusan finansial yang tepat (Zulfayani et al. 2023)

Literasi keuangan tidak hanya sekadar pengetahuan, tetapi juga mencakup keterampilan dan sikap yang mempengaruhi tindakan keuangan sehari-hari (Fikri faisal 2023)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut :

1. *Well literate*, kondisi di mana individu mempunyai pengetahuan yang baik dalam hal lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk pemahaman terkait dengan fitur-fitur, risiko, dan manfaatnya, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan, sikap, serta perilaku yang tepat dalam penggunaan produk dan jasa keuangan.
2. *Sufficient literate*, kondisi di mana individu memiliki pemahaman yang cukup, baik dalam hal lembaga jasa keuangan maupun

produk serta layanan keuangan, termasuk pemahaman mengenai fitur-fitur, risiko, manfaat, hak, serta kewajibannya terkait produk dan layanan keuangan.

3. *Less literate*, kondisi di mana individu yang memiliki pengetahuan terbatas hanya terkait dengan lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan.
4. *Not literate*, kondisi di mana individu kurang memahami serta tidak memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan beserta produk dan layanan keuangan yang ditawarkan, serta tidak berketerampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.

Tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut (Dr. Helin G. Yudawisastra., S.E. et al. 2025) faktor-faktor yang dapat memengaruhi literasi keuangan mahasiswa adalah Pengalaman dan pendidikan keuangan, Kondisi perekonomian dan social orang tua mahasiswa, Faktor individu, Faktor demografi

### c) Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif umumnya dipahami sebagai tindakan individu yang mengonsumsi barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan sebagai pemenuhan keinginan atau kesenangan sesaat (Aini, Andi Sudirman, and Ananda Permatasari 2022). Hal ini memberi tanda awal bahwa perilaku konsumtif kerap didorong oleh aspek emosional.

Sejalan dengan itu, (Kersikan et al. 2024) memperkuat bahwa perilaku konsumtif muncul ketika pembelian dilakukan tanpa pertimbangan rasional, melainkan keinginan yang sudah tak terkendali

Konsep perilaku konsumtif pertama-tama perlu dipahami sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian atas dasar keinginan, bukan kebutuhan. (Masyadi, Amrial, and Patappari 2024) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang tanpa pertimbangan rasional, seringkali dipicu alasan emosional atau keinginan sesaat

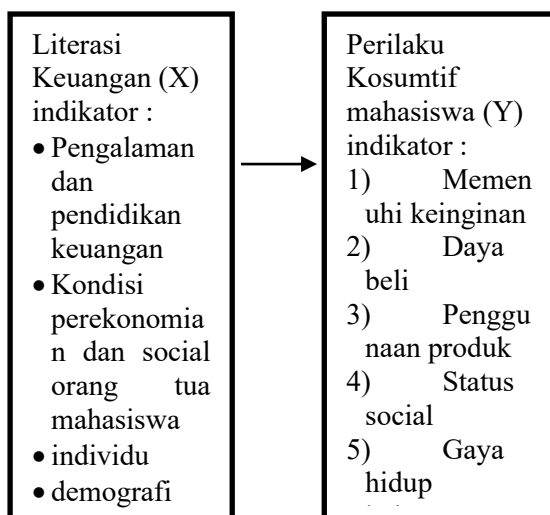
Hal ini mengarah pada aspek penting dalam konsep: konsumerisme bukan sekadar

pembelanjaan, melainkan pembelian yang tidak terkontrol dan didorong oleh kepuasan instan atau tren, bukan oleh kegunaan nyata (Rodrigues, Lopes, and Varela 2021)

Peneliti seperti Maraz turut menyoroti bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi tidak hanya oleh literasi keuangan, tetapi juga oleh konsep diri dan budaya, yang secara bersamaan memengaruhi intensitas konsumsi individu (Maraz and Yi 2022)

(Baniashraf et al. 2025) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat beberapa aspek yang dianggap sebagai faktor penyebab individu berperilaku konsumtif, yaitu Memenuhi keinginan, Daya beli, Penggunaan produk, Status social, Gaya hidup keluarga. Kerangka konseptual merupakan gambaran pengaruh antar variabel Independen Terhadap Variabel Dependen. Dalam Penelitian Ini Yaitu pengaruh literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Lamappapoleonro.

Adapun kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut :



Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis yang diajukan adalah diduga bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Lamappapoleonro.

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik.

### 2. Definisi operasional

Definisi operasional, variabel dan pengukuran merupakan penyatuan pandangan dan kesamaan pendapat mengenai beberapa istilah dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Literasi keuangan (X) merupakan pengalaman, pemahaman, kepercayaan diri kemampuan mahasiswa program studi Manajemen UNIPOL dalam mengelola keuangan pribadi.
2. Perilaku konsumtif (Y) merupakan kecenderungan secara pribadi mahasiswa program studi Manajemen UNIPOL untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, yang sering kali dipicu oleh dorongan emosional atau sosial, bukan kebutuhan nyata.

### 3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono dalam (Masyadi et al. 2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa prodi Manajemen Tahun akademik 2024-2025 sebanyak 621 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Dari total populasi sebanyak 621 mahasiswa, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh 86 responden sebagai sampel penelitian.

### 4. Teknik Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan, maka digunakan metode analisis sebagai berikut :

Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang menggunakan statistik deskriptif, seperti rata-rata dan standar deviasi. Analisis ini digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro.

Analisis regresi linier sederhana yaitu suatu analisis yang bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Pada Universitas Lamappapoleonro Dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana yang dikutip dari buku Mulyono dalam (Masyadi et al. 2025) yaitu :

$$Y = b + X$$

Di mana :

Y = Perilaku Komsumtif

X = Literasi Keuangan

b = Koefisien regresi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Deskripsi Responden

Deskripsi identitas responden adalah gambaran identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dimana dalam penelitian ini responden dideskripsikan menjadi menjadi 2 kelompok responden yaitu : Jenis kelamin, dan angkatan responden dalam prodi Manajemen,. Selanjutnya perlu ditambahkan bahwa dalam deskripsi identitas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 86 orang mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro. Pada deskripsi identitas responden, terlebih dahulu akan disajikan deskripsi berdasarkan jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel 1 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No.           | Umuar       | Frekuensi |            |
|---------------|-------------|-----------|------------|
|               |             | Orang     | %          |
| 1.            | Laki – Laki | 22        | 26,00      |
| 2.            | Perempuan   | 64        | 74,00      |
| <b>JUMLAH</b> |             | <b>86</b> | <b>100</b> |

Sumber: Data Primer, Tahun 2025

Berdasarkan Tabel yakni frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin responden, nampak bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 64 responden atau sebesar 4,00%, sedangkan responden dengan jenis kelamin Laki – laki yaitu sebanyak 22 responden atau sebesar 26,00%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang diambil dari mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro dominan berjenis kelamin perempuan.

Selanjutnya akan disajikan deskripsi responden menurut angkatan pada Prodi Manajemen UNIPOL yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Frekuensi Responden Berdasarkan Angkatan Responden

| No.           | Angkatan   | Frekuensi |            |
|---------------|------------|-----------|------------|
|               |            | Orang     | %          |
| 1.            | Tahun 2021 | 13        | 15,00      |
| 2.            | Tahun 2022 | 27        | 31,00      |
| 3.            | Tahun 2023 | 31        | 36,00      |
| 4.            | Tahun 2024 | 15        | 18,00      |
| <b>JUMLAH</b> |            | <b>86</b> | <b>100</b> |

Sumber: data primer, Tahun 2025

Tabel 2 yakni deskripsi responden berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa angkatan tahun 2023 merupakan responden paling banyak yakni sebesar 36%, kemudian angkatan tahun 2022 sebesar 31%.

### 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi jawaban responden mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Pada Universitas Lamappapoleonro yaitu suatu analisis Deskriptif yaitu menguraikan atau menggambarkan jawaban responden mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Pada Universitas Lamappapoleonro.

#### a) Literasi Keuangan (X)

Literasi keuangan (X) merupakan pengalaman, pemahaman, kepercayaan diri kemampuan mahasiswa program studi Manajemen UNIPOL dalam mengelola keuangan pribadi.

#### 1) Pengalaman dan pendidikan keuangan

- 2) Kondisi perekonomian dan social orang tua mahasiswa
- 3) Faktor individu
- 4) Faktor demografi

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari angket jawaban responden mengenai Frekuensi Jawaban Responden Mengenai literasi keuangan, kita dapat melakukan interpretasi untuk masing-masing item pertanyaan yang terkait dengan literasi keuangan. Berikut adalah interpretasi untuk setiap item berdasarkan persentase jawaban yang diberikan oleh responden, pernyataan tentang ; Saya memahami dengan baik tentang literasi keuangan, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 80%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 14%, selanjutnya responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 6%. Sebagian besar responden (80%) merasa literasi keuangan sangat penting dan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mereka, yang merasa ragu-ragu, yang mungkin menunjukkan beberapa individu yang belum merasa sepenuhnya yakin dengan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mereka.

Pernyataan selanjutnya adalah pentingnya tingkat pendidikan responden terhadap perilaku konsumtif, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 52%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 44%, selanjutnya responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 4%. Hampir seluruh responden (96%).

Kemudian pernyataan selanjutnya yaitu kondisi perekonomian responden berpengaruh terhadap literasi dan perilaku konsumtif, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 50%, dan responden yang menjawab Setuju (S) = 40%, serta responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 10%. Sebagian besar responden (50%) merasa bahwa tingkat perekonomian akan mempengaruhi kemampuan literasi yang akan berdampak pada perilaku konsumtif mereka.

Pernyataan selanjutnya tentang tingkat atau strata sosial orang tua responden akan berpengaruh pada kemampuan literasi yang akan berdampak pada perilaku konsumtif mereka, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 62%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 25%, selanjutnya responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 13%. Sebagian besar responden (62%) merasa bahwa pstrata sosial memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap kemampuan literasi mereka, dengan 62% sangat setuju. Kemudian pernyataan tentang faktor individu, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 54%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 30%, selanjutnya responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 16%. Sebagian besar responden (54%) sangat setuju apabila faktor individu berpengaruh terhadap kemampuan literasi mereka. Kemudian pernyataan tentang faktor demografi, dimana responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 35%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 40%, selanjutnya responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 25%. Sebagian besar responden (40%) menjawab setuju.

#### b) Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan secara pribadi mahasiswa program studi Manajemen UNIPOL untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, yang sering kali dipicu oleh dorongan emosional atau sosial, bukan kebutuhan nyata. Indikatornya adalah; Memenuhi keinginan, Daya beli, Penggunaan produk, Status sosial, Gaya hidup keluarga. Berdasarkan tabel diatas yaitu deskripsi jawaban responden mengenai Perilaku konsumtif, untuk pernyataan tentang mereka membeli produk untuk memenuhi keinginan, responden yang menjawab, Sangat Setuju (SS) = 30%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 62%, dan responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 8%. Sebagian besar responden (62%) merasa bahwa mereka setuju membeli produk karena memenuhi keinginan. Dengan 30% yang sangat setuju. Hanya 8% yang ragu-ragu, yang menunjukkan sebagian kecil responden membeli produk karena memenuhi keinginan.

Selanjutnya pernyataan tentang kemampuan atau daya beli responden terhadap produk,, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 60%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 36%, selanjutnya responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 4%. Mayoritas responden (60%) merasa perilaku konsumtif mereka dipengaruhi oleh daya beli, dengan 36% sangat setuju. Hal ini menunjukkan

bahwa responden merasa cukup dengan kemampuan daya beli yang akan mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Hanya 4% yang merasa ragu. Selanjutnya pernyataan tentang Saya membeli produk karena dapat meningkatkan rasa percaya diri, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 45%, sedangkan responden yang menjawab Setuju (S) = 36%, dan responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 19%. Sebagian besar responden (45%) merasa bahwa mereka sangat setuju membeli produk karena dapat meningkatkan rasa percaya diri, dengan 36% yang setuju. Namun, terdapat 19% yang merasa ragu-ragu. Pernyataan tentang Saya membeli barang branded karena ingin meningkatkan status sosial, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 56%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 30%, sedangkan responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 14%. Mayoritas responden (56%) berpendapat bahwa dengan membeli barang bermerek akan meningkatkan status sosial mereka, dengan 30% setuju. Dan, 14% yang merasa ragu-ragu. Pernyataan tentang Saya membeli produk karena hadiah yang menggiurkan, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 62%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 30%, sedangkan responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 8%. Sebagian besar responden (62%) menunjukkan sikap bahwa mereka membeli produk karena ada reward, dengan 30% responden yang setuju. Hanya 8% yang merasa ragu-ragu. Kemudian pernyataan tentang Saya membeli produk karena dipengaruhi oleh gaya hidup dalam keluarga saya, responden yang menjawab Sangat Setuju (SS) = 45%, kemudian responden yang menjawab Setuju (S) = 35%, sedangkan responden yang menjawab Ragu-Ragu (RR) = 20%.

### 3. Analisis regresi linear Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS, makadapat disajikan hasilolahan datayangdapat dilihat padatabel sebagai berikut:

Tabel3. Hasil AnalisisRegresi

| Model                    | Coefficients <sup>a</sup>       |               |      |       |      |
|--------------------------|---------------------------------|---------------|------|-------|------|
|                          | Unstandardize<br>d Coefficients | Std.<br>Error | Beta | t     | Sig. |
| 1 (Constant)             | 28.020                          | 3.422         |      | 8.188 | .000 |
| LITERASI<br>KEUANG<br>AN | .010                            | .123          | .009 | .079  | .007 |

a. Dependent Variable:  
PERILAKU KOMSUMTIF

Sumber: Data diolah, 2025

Dari hasil perhitungan diatas yang berdasarkan data yang diperoleh melalui angket maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana untuk variable literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro. Bila hasil perhitungan dimasukkan ke dalam persamaan di atas diperoleh nilai sebesar :

$$\hat{Y} = 28.020 + 0,010 X$$

Dari persamaan di atas ditemukan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro (Y). Hal ini berarti bahwa: Nilai B Constant sebesar 28.020 menyatakan bahwa jika variabel independen (literasi keuangan) dianggap konstan, maka perilaku konsumtif sebesar 28.020 atau positif.

Nilai B literasi keuangan (X)= 0,010 merupakan koefisien regresi yang artinya apabila literasi keuangan (X) meningkat maka literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro (Y) akan meningkat dengan asumsi variabel lain konstan.

### C. Pembahasan

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa. Dengan pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, mahasiswa cenderung lebih bijak dalam mengatur pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menghindari perilaku konsumtif yang tidak perlu.

Literasi ini juga membantu mahasiswa dalam menyusun anggaran, menabung, dan merencanakan keuangan jangka panjang, sehingga mereka tidak mudah terjerumus pada gaya hidup hedonis yang kerap ditemui di lingkungan kampus. Secara tidak langsung,

kemampuan literasi keuangan yang memadai dapat meningkatkan kemandirian finansial mahasiswa dan meminimalkan ketergantungan pada bantuan orang tua atau utang.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Manajemen Universitas Lamappaoleonro. Berdasarkan kesimpulan tersebut penulis menyarankan bahwa untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa pada Program studi Manajemen Universitas Lamappaoleonro hendaknya dilakukan upaya yang komprehensif melalui edukasi keuangan yang efektif yang tidak hanya mereka peroleh dalam matakuliah Manajemen Keuangan dalam meningkatkan literasi keuangan mereka.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Sukma, Mutmainna Andi Sudirman, and Fahny Ananda Permatasari. 2022. "Analisis Perbandingan Profitabilitas Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Pada Perusahaan Sektor Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)* 5(1): 9–16. doi:10.57093/metansi.v5i1.150.
- Baniashraf, Fatemehsadat, Maryam Madineshat, Erfan Ayubi, and Efat Sadeghian. 2025. "The Relationship between Compulsive Shopping Behavior, Family Functioning, and Fashion Orientation among Female Students: A Descriptive Cross-Sectional Correlational Study." *BMC Psychology* 13(1). doi:10.1186/s40359-025-03288-6.
- Dr. Helin G. Yudawisastra., S.E., M.Si., M.M.; ; Dinda Sukmaningrum, S.T., M.Si.; Andi Wa Ode Suastina, S.E., CA; Dr. Kusumaningdiah Retno Setiorini, S.E., M.Ak., Ak., M.Sc. Dina Fahma Sari, S.E., S.Pd., M.M.; Dr. M. Taufiq Noor Rokhman, S.E., Ak., M.M.; Dr. Agus Andi Subroto, S.TP., et al. 2025. *Ilmu Dasar Kewirausahaan*. ed. M.Si. Dr. Miko Andi Wardana, S.T. Bali: Infes Media. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/257>.
- Fikri faisal. 2023. "Dampak Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Sate Bandeng Di Kecamatan Serang Kota Serang Banten." 4: 206–21.
- Kersikan, Desa, Deny Utomo, Khoirin Maghfiroh, Sri Karuniari Nuswardhani, and Universitas Yudharta. 2024. "Pendampingan Diversifikasi Pangan Olahan Jagung Berbasis " Less Waste " Pada Kelompok Wanita Tani Di." *GUYUB: Journal of Community Engagement* 5(4): 995–1009.
- Maraz, Aniko, and Sunghwan Yi. 2022. "Compulsive Buying Gradually Increased during the First Six Months of the Covid-19 Outbreak." *Journal of Behavioral Addictions* 11(1): 88–101. doi:10.1556/2006.2022.00002.
- Masyadi, Masyadi, Sukma Aini, Mutmainna Andi Sudirman, Verri Ginoga, Ika Mahkota Putri, Andi Jenni Indriakati, and A.Muh Achyar. 2023. "Analisis Kinerja Keuangan Pada PT. Zhafran Putra Utama Kabupaten Soppeng Periode 2018 - 2021." *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)* 6(2): 208–20. doi:10.57093/metansi.v6i2.224.
- Masyadi, Masyadi, Sukma Aini, Mutmainna Andi Sudirman, Andi Jenni Indriakati, and Verri Ginoga. 2025. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Syariah, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2021 – 2023." *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)* 8(1): 160–73. doi:10.57093/metansi.v8i1.381.
- Masyadi, Masyadi, Amrial Amrial, and Andi Patappari. 2024. "Pelatihan Echogreen Pemanfaatan Limbah Daun Kopi Menjadi Teh Celup Daun Kopi." *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(3): 614–26. doi:10.37478/abdika.v4i3.4746.
- Rodrigues, Rosa Isabel, Paula Lopes, and Miguel Varela. 2021. "Factors Affecting Impulse Buying Behavior of Consumers." *Frontiers in Psychology* 12. doi:10.3389/fpsyg.2021.697080.



Zulfayani, Andi, Nurmilasari Nurmilasari,  
A.Muh Nurul Afdhal, Asmi Rahayu, Nur  
Achriaty, and Indri Nurfadilla. 2023.  
“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah  
Tehadap Minat Mahasiswa Menggunakan  
Produk Dan Layanan Bank Syariah.”  
*Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan  
Akuntansi)* 6(2): 201–7.  
doi:10.57093/metansi.v6i2.223.