

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)

SKRIPSI



Oleh

ANDREA NUR HIDAYAH

NIM : 19510076

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam

Memperoleh Gelar Sarjana (S.M)



Oleh

ANDREA NUR HIDAYAH

NIM : 19510076

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE
MELALUI LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)**

SKRIPSI

Oleh
ANDREA NUR HIDAYAH
NIM: 19510076

Telah Disetujui Pada Tanggal 24 Oktober 2023
Dosen Pembimbing,



Farahiyah Sartika, M.M
NIP. 199201212018012002

LEMBAR PENGESAHAN

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

SKRIPSI

Oleh

ANDREA NUR HIDAYAH

NIM : 19510076

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 10 November 2023

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Muhammad Sulhan, SE, MM

NIP. 197406042006041002

2 Anggota Penguji

Ryan Basith Fasih Khan, M.M

NIP. 199311292020121005

3 Sekretaris Penguji

Farahiyah Sartika, M.M

NIP. 199201212018012002

Tanda
Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Muhammad Sulhan, SE, MM

NIP. 197406042006041002

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andrea Nur Hidayah
NIM : 19510076
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UIN MALANG)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 21 November 2023

Hormat saya



Andrea Nur Hidayah

NIM:19510076

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirabbil alamin, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah menganugerahkan akal, kesehatan, serta kemudahan ketika menjalankan proses penyelesaian tugas akhir skripsi. Ucapan terima kasih peneliti haturkan atas pengerjaan skripsi ini kepada:

Orang tua saya yang telah memberi dukungan dan mencintai dengan sepenuh hati Bapak Budiono dan Ibu Umu Sholikhah yang telah membimbing, memberikan motivasi serta doa yang tidak pernah putus kepada peneliti, yang tak pernah lelah memberikan dukungan moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi.

Teruntuk seluruh Guru Besar dan Staf Fakultas Ekonomi, khususnya Dosen Pembimbing saya, Ibu Farahiyah Sartika., M.M yang senantiasa dengan ikhlas dan sabar telah memberikan saran dan membantu saya dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.

Selain itu, teruntuk seluruh teman-teman seangkatan dari Fakultas Ekonomi, khususnya teman-teman dekat saya dari jurusan manajemen di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. Mudah-mudahan koneksi tidak akan berakhir setelah lulus. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung saya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.” – Ridwan Kamil

“Jangan ubah dirimu, hanya agar mereka menyukaimu. Hebatkan dirimu agar mau tidak mau mereka harus menerimamu”

“Jawaban dari sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa.”

KATA PENGANTAR

Penyelesaian skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Melalui *Locus of Control* Sebagai Variabel Mediasi” adalah berkat kehadiran Allah SWT yang senantiasa hadir dan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Serta shalawat dan salam kami panjatkan kepada Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW yang selalu mengagungkan syafaatnya kepada umatnya sampai akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, atas gelarnya sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. El, atas jabatannya sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Farahiyah Sartika, M.M selaku Dosen Pembimbing dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Budiono dan Ibu Umu Sholikhah yang selalu memberikan do’a dan dukungan baik secara moril maupun materil.

7. Kedua adik saya Dafa Ibnu Hafiz dan Devi Ratna Zahfira yang menjadi penyemangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat yang telah memberikan support dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2019 yang senantiasa menjadi wadah bagi penulis dalam berbagi pendapat.
10. Serta semua pihak yang telah banyak terlibat secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis sadar akan banyaknya kekurangan, keterbatasan pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam menjalankan penelitian, sehingga tugas akhir ini masih jauh dari ideal. Sehingga, dalam proses penyempurnaan naskah penelitian ini dengan harap berikan kritik serta saran yang sifatnya membangun. Selain itu, penulis berharap skripsi ini mampu memberikan manfaat terhadap orang yang membaca naskah penelitian ini.

Malang, Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
خلاصة	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
KAJIAN TEORI	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teori.....	29
2.2.1 Perilaku Konsumtif.....	29
2.2.2 Literasi Keuangan.....	33
2.2.3 Sikap Keuangan.....	36
2.2.4 Locus of Control.....	38
2.3 Kerangka Konseptual	40
2.4 Hipotesis	41

2.5	Hubungan Antar Variabel	42
2.5.1	Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif.....	42
2.5.2	Hubungan Sikap Keuangan dengan Perilaku Konsumtif	43
2.5.3	Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif Dimediasi <i>Locus of Control</i>	43
2.5.4	Hubungan Sikap Keuangan dengan Perilaku Konsumtif Dimediasi <i>Locus of Control</i>	44
BAB III.....		46
METODE PENELITIAN		46
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	46
3.2	Lokasi Penelitian	46
3.3	Populasi dan Sampel	46
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.5	Data dan Jenis Data	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7	Definisi Operasional Variabel	50
3.8	Metode Analisis Data	54
2.8.1	Analisis Deskriptif.....	54
2.8.2	Teknik SmartPLS	54
BAB IV		60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Hasil Penelitian.....	60
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2	Profil Responden Penelitian	62
4.2.1	Karakteristik Identitas Responden.....	62
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.3	Analisis Data	68
4.3.1	Skema Model <i>Partial Least Square (PLS)</i>	68
4.3.2	Evaluasi Model Penelitian (<i>Outer Model</i>).....	68
4.3.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
4.3.4	Uji Hipotesis.....	72
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.4.1	Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)...	74

4.4.2	Pengaruh Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y).....	77
4.4.3	Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Dimediasi Locus of Control (Z)	79
4.4.4	Pengaruh Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Dimediasi Locus of Control (Z)	81
BAB V		83
KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	28
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023	47
Tabel 3. 2 Sampel Penelitian.....	49
Tabel 3. 3 Kriteria Pemberian Skor Kuisisioner	50
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi/Jurusan	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	63
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (X1)	64
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Keuangan (X2)	65
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Locus of Control</i> (Z)	66
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	67
Tabel 4. 8 Validitas dan Reabilitas Konstruk.....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>R-Square</i>	71
Tabel 4. 11 Hasil <i>Path Coefficients</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Nasional	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 4. 1 Hasil <i>Output PLS Algoritm</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Data Kuesioner	97
Lampiran 3 Hasil Analisis PLS.....	107
Lampiran 4 Biodata Peneliti.....	110
Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	112

ABSTRAK

Andrea Nur Hidayah.2023, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Melalui *Locus of Control* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)”

Pembimbing : Farahiya Sartika, M.M

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

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

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

ABSTRACT

Andrea Nur Hidayah.2023, *THESIS*. Title: "*The Influence of Financial Literacy and Financial Attitudes on Online Shopping Consumptive Behavior Through Locus of Control as a Mediating Variable (Study on Students of the Faculty of Economics, UIN Malang)*"

Supervisor : Farahiya Sartika, M.M

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

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

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

خلاصة

أندريا نور هداية ٢٠٢٣، أطروحة. العنوان: "تأثير المعرفة المالية والاتجاهات المالية على السلوك الاستهلاكي للتسوق عبر الإنترنت من خلال موضع التحكم كمتغير وسيط (دراسة على طلاب كلية الاقتصاد، جامعة مالانج المتحدة)"

المشرف: فرحية سرتيكا، م.م

.الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية، التوجه المالي، السلوك الاستهلاكي، مركز السيطرة

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي، وتأثير الاتجاهات المالية على السلوك الاستهلاكي، ودور مركز السيطرة في التوسط في تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي، ودور مركز السيطرة في التأثير على السلوك الاستهلاكي. التوسط في تأثير الاتجاهات المالية على السلوك الاستهلاكي. طريقة البحث المستخدمة هي طريقة بحث كمية مع البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من بيانات الاستبيان والتي يتم قياسها باستخدام مقياس ليكرت. المجتمع في هذه الدراسة هم ٢٠٢١، باجمالي. طلاب كلية الاقتصاد، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج، دفعة ٢٠٢١ و ١٠٣٩ طالبًا. وكانت طريقة أخذ العينات المستخدمة في هذا البحث هي طريقة أخذ العينات العشوائية التناسبية، بحيث تم الحصول على عينة مكونة من ٩١ مستجيباً. تم الحصول على بيانات البحث هذه من خلال توزيع الاستبيانات التي تمت معالجتها باستخدام برنامج سمارت بلز

أظهرت نتائج هذا البحث أن الثقافة المالية لها تأثير إيجابي وكبير على سلوك المستهلك، والاتجاهات المالية لها تأثير إيجابي وكبير على السلوك الاستهلاكي، ومركز السيطرة يتوسط تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي، ومركز السيطرة يتوسط تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي. تأثير الاتجاهات المالية على السلوك الاستهلاكي

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

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

Faktor pendorong yang diindikasikan untuk menimbulkan perilaku konsumtif adalah kecenderungan remaja untuk membeli barang-barang yang memiliki *merk* atau *branded* (Khrishananto & Adriansyah, 2021). Ketakutan yang timbul ketika remaja yaitu akan merasa ditinggalkan oleh teman-teman sebaya apabila tidak membeli barang ber-merk menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Kecemasan dan ketakutan ini dapat dikenal dengan istilah FoMO, singkatan *fear of missing out* (Indrabayu & Destiwati, 2022). FoMO menimbulkan kekhawatiran pada diri seseorang bahwa mereka akan ketinggalan zaman dan dilihat rendah oleh orang lain jika belum memiliki atau belum membeli produk tertentu. Oleh karena itu, secara psikologis, FoMO mendorong seseorang untuk melakukan pembelian walaupun produk tersebut bukan kebutuhan utama mereka. (Siddik et al., 2020).

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

sosial dan aplikasi pesan instan. Ini menandakan bahwa jumlah pengguna internet telah meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

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

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

Hasil dari pengamatan awal yang dijalankan pada bulan Januari 2023 dengan sampel 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2019 alasan utama mahasiswa memilih berbelanja online adalah karena prosesnya lebih mudah dan

praktis, tanpa perlu mengunjungi toko fisik dan dapat melakukan transfer pembayaran. Selain itu, sebagian besar mahasiswa, yaitu 66,67% membeli produk di toko online secara impulsif, terutama karena tertarik oleh iklan dan diskon. Pakaian dan kosmetik adalah produk yang paling sering dibeli mahasiswa di toko online. Hasil observasi awal ini sesuai dengan penelitian Pratiwi (2017), yang menyatakan bahwa mahasiswa, yang diasumsikan sebagai remaja tingkat akhir, memiliki karakteristik seperti mudah terpengaruh iklan, boros, mudah terpengaruh penjual, kurang realistis, romatis, dan impulsif.

Fenomena yang berlangsung di sekitar lingkungan sosial para mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2019 yaitu mayoritas mahasiswa membelanjakan uangnya untuk hang out di kafe dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas kuliah, dan beberapa di antaranya mengunjungi mall dan membeli berbagai produk di sana sebagai cara untuk merasa senang setelah kesibukan di kampus. Mereka sulit untuk mengendalikan diri agar tidak membeli barang. Hal tersebut menjadi indikasi bahwa mahasiswa berperilaku konsumtif.

Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*) oleh Kotler & Keller (2016) untuk menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang dan jasa, yang idealnya harus berdasarkan pada kebutuhan dan bukan hanya keinginan. Penerapan teori ini bertujuan untuk menghindari perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Menurut Kotler & Keller (2016), faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen antara lain meliputi faktor budaya (kultur dan kelas sosial), sosial (lingkungan keluarga dan teman sebaya), pribadi (pengendalian diri, gaya

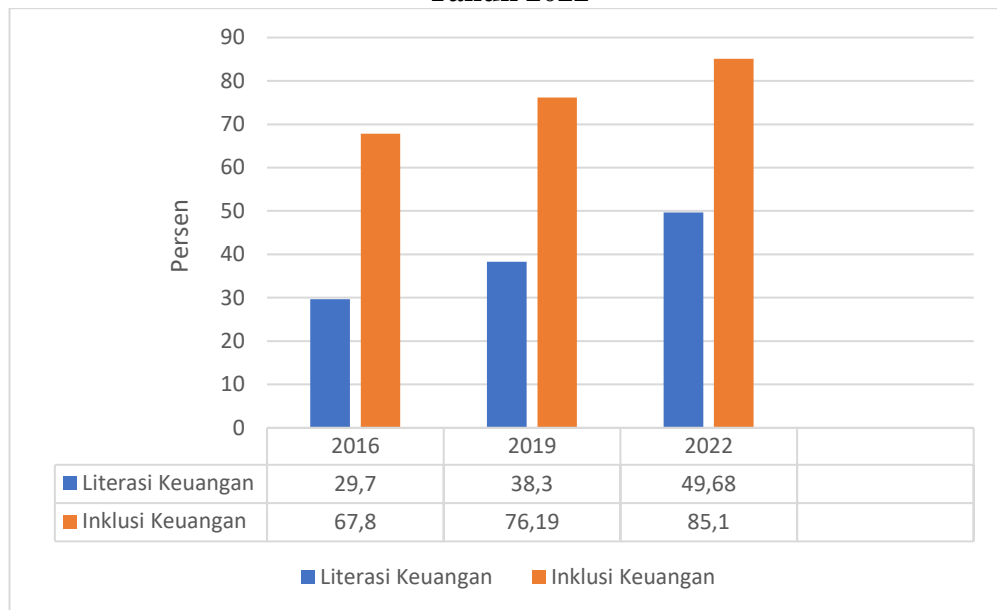
hidup, konsep diri, dan pekerjaan), serta psikologi (motivasi, persepsi dan pembelajaran). Berdasarkan teori perilaku konsumen oleh Kotler & Keller (2016), penelitian sebelumnya, dan fenomena yang telah diuraikan, diperoleh beberapa faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, diantaranya literasi keuangan, sikap keuangan, dan *locus of control* (kontrol diri).

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

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kembali mengadakan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2022 sebagai upaya untuk mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat di Indonesia. SNLIK 2022 dilakukan dari Juli hingga September 2022, melibatkan 34 provinsi yang mencakup 76 kota/kabupaten, dengan jumlah peserta sebanyak 14.364 orang berusia antara 15 hingga 79 tahun. Sama seperti survei yang dilakukan pada tahun 2016 dan 2019, SNLIK 2022 menggunakan metode, parameter, dan indikator yang sama, yakni

indeks literasi keuangan yang meliputi parameter pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, sikap dan perilaku.

Gambar 1. 1
Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan
Tahun 2022



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Hasil SNLK 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia telah meningkat menjadi 49,68 persen, dibandingkan dengan 38,03 persen pada tahun 2019. SNLIK mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan seseorang, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan demi mencapai kesejahteraan. Dalam tiga tahun terakhir menunjukkan peningkatan dalam tingkat literasi keuangan masyarakat sekitar 8,33 persen, sedangkan akses masyarakat terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) telah meningkat sebesar 8,39 persen.

Hasil studi Wahyuni et al., (2019), Kumalasari & Soesilo (2019), Fattah et al., (2018), Perdana Oskar et al., (2022), Dewi et al., (2017) membuktikan bahwa

literasi keuangan memiliki arah hubungan yang negatif terhadap perilaku konsumtif belanja *online*, ketika literasi keuangan mengalami peningkatan maka perilaku konsumtif akan menurun. Selain itu, individu mampu menentukan keuangannya dengan jelas dan sesuai berdasarkan visi dan misi yang mereka miliki, sehingga mampu memilih produk yang menguntungkan.

Sikap keuangan adalah indikator penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Istilah *financial attitude* mengacu pada pandangan mental seseorang terhadap praktik manajemen keuangan, yang mencerminkan prinsip-prinsip keuangan dalam mengambil keputusan keuangan (Rini Prihastuty & Rahayuningsih, 2018). Oleh karena itu, individu yang memiliki sikap keuangan yang baik dapat diidentifikasi melalui cara mereka mengelola keuangan dengan baik. Artinya, sikap keuangan dapat diartikan sebagai keadaan mental, pandangan, dan sikap pribadi terhadap keuangan yang diaplikasikan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.

Sikap individu terhadap uang memiliki cara pandang dan perilaku yang beragam. Uang bisa mempengaruhi seseorang untuk berpikir dan bertindak secara tidak rasional. Sikap terhadap uang bisa menimbulkan sifat-sifat dan perilaku seperti keserakahan, dendam, ketakutan, dan perilaku antisosial. Bagi individu, uang diartikan sebagai sarana yang mempengaruhi tindakan yang mereka ambil. *Financial attitude* berperan dalam pembelian impulsif, terutama di kalangan mahasiswa. Artinya, seseorang khususnya mahasiswa, yang memiliki sikap terhadap uang sebagai sarana untuk memenuhi semua keinginan mereka, cenderung mempunyai keinginan lebih besar untuk menghabiskan uang mereka. Studi yang

dilakukan oleh Dilasari (2020) menunjukkan bahwa *financial attitude* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, karena semakin tinggi *financial attitude* yang dimiliki oleh mahasiswa, mereka akan semakin mampu mengelola keuangan mereka dengan baik. Temuan tersebut didukung oleh studi yang dijalankan Misgiyanto (2018), Adinda & Asiyah (2022), Rini Prihastuty & Rahayuningsih (2018). Namun penelitian dari Safitri & Mutmainah (2023) menyatakan bahwa *financial attitude* tidak memiliki dampak pada perilaku pembelian impulsif.

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

Studi yang dilakukan oleh Dewi et al., (2017), dan Astidewi (2018) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Kemudian penelitian oleh Fattah et al., (2018) menyimpulkan bahwa pengendalian diri memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian menurut Mintarti (2016) menunjukkan bahwa

locus of control dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan, menurut Martono dan Sudarma (2019) *locus of control* tidak dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, artinya seseorang tidak dapat mengontrol diri untuk membeli suatu barang dikarenakan kurang pengetahuan tentang literasi keuangan yang dapat meningkatkan pengelolaan keuangan mahasiswa.

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

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan permasalahan penelitian yakni adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?
2. Apakah sikap keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?
3. Apakah *locus of control* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?
4. Apakah *locus of control* memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.
2. Untuk menguji sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.
3. Untuk menguji pengaruh *locus of control* dalam memediasi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.
4. Untuk menguji pengaruh *locus of control* dalam memediasi sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan manfaat, seperti memperluas wawasan dan pengetahuan penuliss mengenai dampak literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online dengan menambah variabel mediasi *locus of control*. Selain itu, penelitian ini juga meningkatkan keterampilan dan kemampuan pemecahan masalah penulis, yang dapat dimanfaatkan di masa depan.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkam dapat memberikan informasi terhadap masyarakat agar lebih jeli dalam menentukan perilaku keuangan terhadap literasi keuangan, sikap keuangan, dan *locus of control*.

3. Bagi Instansi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sumber data untuk diambil langkah-langkah yang dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa dan mahasiswi mengenai manajemen, terutama dalam hal literasi keuangan, sikap keuangan, dan *locus of control* yang terkait dengan perilaku keuangan.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian menurut Evy Nurlailatasy Syariifah dan Indah Yuliana (2022) dengan judul Literasi Keuangan dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif melalui Rasionalitas pada Mahasiswa Manajemen UIN Malang. Metode penelitian kuantitatif, menggunakan analisis Statistik Inferensial, Model Spesifikasi *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri memberikan dampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Rasionalitas juga memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, rasionalitas juga berperan memediasi dalam pengaruh yang diberikan oleh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan Novita Ika Fitriani et al., (2021) dengan judul *Consumption Rationality of Students in the Faculty of Economics Universitas Negeri Malang Viewed From Locus of Control Mediated by Financial Literacy*. Menggunakan metode penelitian kuantitatif regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *locus of control* memiliki pengaruh positif yang signifikan pada *consumption rationality*, *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *consumption rationality*, serta *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *consumption rationality*.

Penelitian dari Nyoman Olivia Udayanthi et al., (2018) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif. Metode penelitian kuantitatif regresi linier berganda (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, kualitas pembelajaran, dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian Nabil Al Arif & Imsar (2023) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna *Electronic Money* dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup secara bersamaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, pengendalian diri juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, pengendalian diri tidak meningkatkan pengaruh literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Tiana Funky et al., (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Gaya Hidup serta Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2019). Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, sedangkan gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Judul penelitian *The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students* yang dilakukan oleh Ahmad Bachtiar & Luthfiya (2022). Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara gaya hidup memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Mega Noerman N & Amelindha Vania (2022) dengan judul *Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period*. Menggunakan metode penelitian *Structural Equation Modelling* (SEM) di SmartPLS 3.6. Temuan penelitian menunjukkan bahwa materialisme dan pembelian *impulsive* memberikan dampak yang positif dan signifikan, hubungan antara literasi keuangan dan materialisme tidak dapat dimoderasi, serta tidak ditemukannya hubungan antara literasi keuangan dan pembelian *impulsive*.

Sri Widaningsih & Ati Mustikasari (2019) dalam penelitiannya yang berjudul *The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A study on youth customer in Bandung*. Metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fashion orientation, money attitude, self esteem, dan conformity* dapat mempengaruhi *compulsive buying* baik secara parsial maupun secara simultan, dengan faktor yang paling dominan adalah *conformity*.

Penelitian yang dilakukan oleh Arif Misgiyanto (2018) dengan judul Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behavior*, *Financial Attitude* dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dan aplikasi PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perilaku keuangan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, sikap keuangan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan demografi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pada penelitian Serli Nur Safitri & Kurniawati Mutmainah (2023) dengan judul *Price Discount*, *Bonus Pack*, *In-Store Display* dan *Financial Attitude* serta Pengaruhnya terhadap Keputusan *Impulse Buying Behavior* Konsumen (Studi Kasus pada Generasi Z Pengunjung Ritel Pasaraya Wonosobo). Metode penelitian analisis regresi linier berganda (SPSS versi 21). Temuan penelitian menunjukkan bahwa porongan harga, penawaran bonus, dan tampilan toko memberikan dampak positif terhadap perilaku pembelian impulsif, namun sikap keuangan tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.

Penelitian oleh Adinda Mayza Wiby Andira & Binti Nur Asiyah (2022) dengan judul Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada *Group Order by OohStuf*. Metode penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda (SPSS versi 26.0) menunjukkan bahwa gaya hidup, sikap keuangan, dan kepribadian masing-masing

memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja pada *Group Order by OohStuf* secara terpisah.

Penelitian oleh Dilasari (2020) dengan judul Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behavior*, *Financial Attitude*, *Life Style*, *Locus of Control* dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif. Metode penelitian kuantitatif dengan analisis berganda. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* mampu memprediksi perilaku konsumtif, *financial behavior* mampu memprediksi perilaku konsumtif, *financial attitude* mampu memprediksi perilaku konsumtif, *life style* mampu memprediksi perilaku konsumtif, *locus of control* memiliki kemampuan untuk memprediksi perilaku konsumtif, serta demografi mampu memprediksi perilaku konsumtif.

Dalam penelitian Dewi Ayu Wulandari & Elfira Maya Adiba (2018) yang berjudul Perilaku Pengelolaan Keuangan dan *Impulse Buying* Wanita Muslim Surabaya. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan analisis regresi berganda, penelitian ini mengungkap temuan bahwa sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan praktek keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap pembelian impulsif.

Penelitian oleh Dyah Rini Prihastuty & Sri Rahayuningsih (2018) dengan judul Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Behavior*, *Financial Attitude*, dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). Metode penelitian dengan SPSS. Hasil temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan, perilaku keuangan, sikap

keuangan, dan demografi bersama-sama memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan Risya Chairirah & Qahfi Romula Siregar (2022) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Self Control* sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan analisis *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM), hasil penelitian menghasilkan temuan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sedangkan uang saku memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, literasi keuangan dan uang saku keduanya memberikan pengaruh signifikan terhadap *self control*, dan *self control* memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Lebih lanjut, *self control* bertindak memediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan uang saku dengan perilaku konsumtif.

Penelitian oleh Ilma Miftah Izazi et al., (2020) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Self Control sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun). Dalam metode penelitian kuantitatif dengan analisis data *outer model* dan *inner model* dengan bantuan aplikasi smartPLS 3.0, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *self control*. Selain itu, terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif, dan *self control* mahasiswa pendidikan

akuntansi dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maghfiratul Ummah et al., (2022) dengan judul Pengaruh Sikap Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Efikasi Diri Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan melalui Pengendalian Diri sebagai Variabel *Intervening*. Metode pendekatan kuantitatif dengan analisis SmartPLS. Hasil menunjukkan bahwa pengendalian diri tidak berhasil sebagai perantara dalam hubungan antara sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan efikasi diri keuangan dengan perilaku manajemen keuangan pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sub sektor *fashion* di Kota Malang pada tahun 2021.

Penelitian oleh Rindayani et al., (2022) dengan judul Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan dengan *Locus of Control* sebagai Variabel *Intervening* Pada Generasi Z di Desa Sliwung Kabupaten Situbondo. Metode penelitian kuantitatif dengan analisis data melalui SmartPLS 3.0. Hasil temuan mengungkap bahwa sikap keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *locus of control*, sikap keuangan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan, *locus of control* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan, serta sikap keuangan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan melalui *locus of control*.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Evy Nurlailaisy & Indah Yuliana, (2022). Literasi Keuangan dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif melalui Rasionalitas pada Mahasiswa Manajemen UIN Malang	Literasi keuangan, kontrol diri, perilaku konsumtif, dan rasionalitas	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan, kontrol diri, dan rasionalitas berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif • Rasionalitas mampu memediasi dampak literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. • Rasioanlitas mampu memediasi dampak kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.
2	Novita Ika F, Sri Utami M, & Wening Patmi R (2021). <i>Consumption Rationality of Students in the Faculty of Economics Universitas Negeri Malang Viewed from Locus of Control Mediated by Financial Literacy.</i>	Rasionalitas konsumsi, locus of control, dan literasi keuangan.	<i>Path analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Locus of control</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi keuangan dan rasionalitas konsumsi • Literasi keuangan tidak dapat memediasi locus of control terhadap rasionalitas konsumsi.
3.	Nyoman Olivia U, Nyoman Trisna H, & Iputu Julianto, (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha)	Literasi keuangan, kualitas pembelajaran, pengendalian diri, dan perilaku konsumtif	Regresi linier berganda (SPSS versi 17)	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif • Kualitas pembelajaran memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif • Pengendalian diri memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif

4.	Nabil Al Arif & Imsar, (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna <i>Electronic Money</i> dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi	Literasi keuangan, norma subjektif, gaya hidup, perilaku konsumtif, dan pengendalian diri.	<i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) dengan aplikasi SPSS 26	<ul style="list-style-type: none"> • Secara bersamaan, literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif • Pengendalian diri memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif • Pengendalian diri tidak meningkatkan dampak literasi keuangan, norma subjektif, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif
5.	Tiana Funky, Tiara Puspita Sari & Vicky F Sanjaya, (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2019)	Gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif	<i>Statistics Structural Equation Modelling</i> (SEM) berbasis <i>Partial Least Square</i> (PLS) versi 3	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif • Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.
6.	Ahmad Bachtiar Firdaus & Luthfiya Fathi Pusposari, (2022). <i>The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students</i>	Literasi ekonomi, gaya hidup, dan perilaku konsumtif	Analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi ekonomi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif • Gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif

				<ul style="list-style-type: none"> • Literasi ekonomi maupun gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif
7.	Mega Noerman Ningtyas & Amelindha Vania, (2022). <i>Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period</i>	Materialisme, literasi keuangan, dan pembelian impulsif	Analisis SEM dengan SmartPLS 3.6	<ul style="list-style-type: none"> • Materialisme dan pembelian impulsif memiliki dampak positif dan signifikan • Hubungan antara literasi keuangan dan materialisme tidak dapat dimoderasi • Tidak ada hubungan antara literasi keuangan dan pembelian impulsif..
8.	Sri Widaningsih & Ati Mustikasari, (2019). <i>The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: a study on youth costumer in Bandung</i>	<i>Fashion Orientation, money attitude, self-esteem, conformity, dan compulsive buying</i>	Analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fashion orintation, money attitude, self-esteem dan conformity</i> dapat mempengaruhi <i>compulsive buying</i> baik secara parsial maupun simultan, dengan faktor yang paling dominan adalah <i>conformity</i>.
9	Arif Misgiyanto, (2018). Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude</i> , dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif.	<i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Demografi, dan Perilaku Konsumtif.</i>	Analisis SEM PLS	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif • Perilaku keuangan, sikap keuangan, dan faktor demografis memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
10	Serli Nur Safitri & Kurniawati Mutmainah, (2023). <i>Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display</i> dan	<i>Price discount, bonus pack, in-store display,</i>	Analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Diskon harga, paket bonus, dan tampilan di toko memiliki dampak

	<i>Financial Attitude</i> serta Pengaruhnya terhadap keputusan <i>Impulse Buying Behavior</i> Konsumen	<i>financial attitude</i> , dan <i>impulse buying behavior</i>		positif pada perilaku pembelian impulsif <ul style="list-style-type: none"> • Sikap keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.
11	Adinda Mayza Wiby Andira & Binti Nur Asiyah, (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada <i>Group Order by OohStuf</i>	Gaya hidup, sikap keuangan, kepribadian, dan perilaku konsumtif	Analisis regresi linier berganda (SPSS versi 26.0)	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya hidup, sikap keuangan, dan kepribadian berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif remaja pada <i>Group Order by OohStuf</i>.
12	Dilasari, (2020). Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Life Style, Locus of Control</i> , dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif	<i>Financial literacy, financial behavior, life style, locus of control</i> , demografi, dan perilaku konsumtif	Analisis regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan, perilaku keuangan, sikap keuangan, gaya hidup, locus of control, dan demografi dapat memprediksi perilaku konsumtif.
13	Dewi Ayu Wulandari & Elfira Maya Adiba, (2018). Perilaku Pengelolaan Keuangan dan <i>Impulsive Buying</i> Wanita Muslim Surabaya	Perilaku pengelolaan keuangan dan <i>impulsive buying</i>	<i>Multiple regression analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap keuangan dan praktik keuangan memberikan dampak signifikan terhadap pembelian impulsif.
14	Dyah Rini Prihastuty & Sri Rahayuningsih, (2018). Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude</i> , dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada	<i>Financial literascy, financial behavior, financial attitude</i> , demografi, dan perilaku konsumtif	SPSS	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan, perilaku keuangan, sikap keuangan, dan demografi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

	Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)			
15	Risya Chairiah & Qahfi Romula Siregar, (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif dengan <i>Self Control</i> sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	Literasi keuangan, uang saku, perilaku konsumtif, dan <i>self control</i>	PLS-SEM	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif • Uang saku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif • Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontrol diri • Uang saku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontrol diri • Kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif • Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif yang dimediasi oleh kontrol diri • Uang saku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif yang dimediasi oleh kontrol diri.
16	Ilma M Izazi, Elva Nuraina, & Farida Styaningrum, (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan <i>Self Control</i> sebagai Variabel	Literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan <i>self control</i>	SmartPLS 3.0	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif

	Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun)			<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kontrol diri • Kontrol diri memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif • Kontrol diri dapat memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.
17	Siti M Ummah, Jeni Susyanti, & Agus Priyono, (2022). Pengaruh Sikap Keuangan, Pengetahuan Keuangan Melalui Pengendalian Diri Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Pada Pelaku UMKM Ekonomi Kreatif Sub Sektor <i>Fashion</i> di Kota Malang pada tahun 2021)	Sikap keuaangan, pengetahuan keuangan, dan pengendalian diri	SmartPLS	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pengendalian diri • Pengetahuan keuangan memiliki pengaruh yang tidak signifikan namun positif terhadap pengendalian diri • Sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku manajemen keuangan • Pengetahuan keuangan dan pengendalian diri memiliki pengaruh yang tidak signifikan namun positif terhadap perilaku manajemen keuangan • Pengendalian diri tidak mampu memediasi pengaruh antara sikap keuangan dan pengetahuan

				keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan.
18	Rindayani, Dwi P W, & Triska Dewi Pramitasari, (2022). Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan dengan <i>Locus of Control</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i> Pada Generasi Z di Desa Sliwung Kabupaten Situbondo	Sikap keuangan, perilaku manajemen keuangan, dan <i>locus of control</i>	SmartPLS 3.0	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap <i>locus of control</i> • Sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku manajemen keuangan • <i>Locus of control</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan • Sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku manajemen keuangan melalui <i>locus of control</i>

19	Sri Utami, Eri Bukhari, & Eri Teguh Prasetyo, (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> Pada Masa Pandemi <i>COVID-19</i>	Literasi keuangan, pendapatan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif	Regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Secara parsial, literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja <i>online</i> • Secara parsial, pendapatan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja <i>online</i> • Secara parsial, gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif <i>online</i> • Secara simultan, literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja <i>online</i>.
----	--	---	-------------------------	--

20	Amanita Novi Yushita, (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi	Literasi keuangan dan pengelolaan keuangan	Analisis deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat literasi keuangan yang rendah sering terjadi di negara-negara maju dan bahkan lebih parah lagi di negara-negara berkembang, termasuk di Indonesia.
21	Shim et al., (2010). <i>Financial Socialization of First-year College Students: The Roles of Parents, Work, and Education</i>	Sikap keuangan, perilaku keuangan	SEM-PLS	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi keuangan berkaitan dengan pembelajaran keuangan
22	Priaz Rizka Fardhani dan Umi Anugerah Izzati, (2013). Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas X1 SMA Trimurti Surabaya)	Konformitas, dan perilaku konsumtif	SPSS	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Hasil-hasil penelitian diatas dapat dibandingkan perbedaan dan persamaannya dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. 2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Persamaan	Perbedaan
<ul style="list-style-type: none">• Menggunakan variabel yang sama seperti literasi keuangan, sikap keuangan, dan perilaku konsumtif• Menggunakan pendekatan kuantitatif	<ul style="list-style-type: none">• Menambahkan variabel mediasi yaitu <i>locus of control</i>• Kajian penelitian didasarkan pada teori perspektif islam• Objek penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan membelanjakan uang tidak lagi berdasarkan pertimbangan rasional, namun lebih karena keinginan yang telah mencapai tingkat irrasional (Sumartono, 2002). Pandangan ini sesuai dengan definisi dari Astidewi (2018), yang mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan mengonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Selain itu, perilaku konsumtif seringkali digunakan untuk menggambarkan perilaku masyarakat yang menggunakan uang lebih banyak daripada pendapatannya untuk barang dan jasa yang tidak termasuk kebutuhan pokok.

Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan membeli produk secara berlebihan tanpa memperhatikan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan (Sumartono, 2002). Perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian yang tidak beralasan logis, tetapi muncul karena keinginan yang sudah mencapai tahap yang tidak masuk akal lagi (Yuniarti, 2015).

Pada intinya, setiap individu memiliki kecenderungan untuk bersikap konsumtif, namun tidak semua orang dapat mengekspresikan kecenderungan tersebut. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang cenderung berlebihan atau boros dalam menggunakan harta. Hal ini dilarang oleh Allah SWT, sebagaimana dinyatakan dalam Q.S. Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya."

Namun, kita juga tidak boleh bersikap terlalu hemat atau pelit. Islam mengajarkan kita untuk menjalani kehidupan yang sederhana, sesuai dengan ajaran dalam Q.S. Al-Isra' ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal”.

M. Umar Chapra menyatakan bahwa gaya hidup yang paling cocok dengan peran manusia sebagai khalifah adalah gaya hidup yang sederhana. Menurut ajaran Islam, seorang Muslim dilarang hidup dengan cara yang berlebihan, sementara tetangganya menderita kelaparan. Ikhwan A. Basri mengatakan bahwa Islam datang untuk mengubah gaya hidup, dari yang boros, arogan, dan suka pamer menjadi gaya hidup yang sederhana, rendah hati, dan zuhud. Artinya, gaya hidup yang diajarkan oleh Islam tidak membolehkan pengikutnya untuk mengeksploitasi sumber daya alam secara berlebihan dan pemborosan.

2.2.1.1. Indikator Perilaku Konsumtif

Fardhani & Izzati (2013) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif melibatkan beberapa aspek, seperti pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian berlebihan (*wasteful buying*) dan pembelian tidak rasional (*non rasional buying*). Sementara itu, Sumartono (2002) mengidentifikasi delapan indikator yang mencirikan perilaku konsumtif, yakni:

1) Pembelian karena pemberian hadiah. Sebagai konsumen, mahasiswa seringkali memutuskan untuk membeli suatu produk semata-mata karena adanya hadiah atau penawaran khusus, seperti promo atau diskon. Fenomena ini umum terjadi

di toko *online*, dimana berbagai penawaran menarik diadakan untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

- 2) Membeli produk berdasarkan kemasan yang menarik. Mahasiswa sering kali tergoda untuk membeli suatu produk semata-mata karena kemasannya yang indah atau menarik, artinya mahasiswa sebagai konsumen lebih termotivasi untuk membeli produk berdasarkan tampilan luar produk, bukan karena fungsinya.
- 3) Membeli produk untuk meningkatkan penampilan dan meningkatkan gengsi. Mahasiswa sering memiliki keinginan kuat untuk membeli barang, hal ini disebabkan karena mereka umumnya ingin menciptakan karakteristik khas dalam berpakaian, berdandan, dan gaya rambut, semua itu dilakukan dengan tujuan untuk menarik perhatian dari orang lain.
- 4) Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga. Saat ini, mahasiswa sebagai konsumen cenderung memiliki pola perilaku yang ditandai dengan kecenderungan untuk hidup mewah, sehingga mereka lebih memilih untuk membeli produk yang tampak mewah dengan harga yang tinggi.
- 5) Membeli produk semata-mata untuk mempertahankan simbol status. Keterampilan pembelian yang tinggi dalam aspek seperti berpakaian, berdandan, dan gaya yang dimiliki oleh konsumen seperti mahasiswa, dapat menunjukkan sifat eksklusif dengan produk yang dapat memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli produk tertentu, konsumen dapat menunjukkan simbol status agar tampak keren di mata orang lain.

- 6) Menggunakan produk karena alasan konformitas dengan model yang mengiklankan. Mahasiswa sebagai konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang mereka idolakan dalam hal menggunakan produk yang dipakai oleh tokoh idola mereka. Bahkan, mahasiswa seringkali cenderung menggunakan dan mencoba produk yang ditawarkan, terutama jika mereka mengagumi tokoh publik yang mempromosikan produk tersebut.
- 7) Kemunculan pemahaman bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan memberikan kepercayaan diri yang lebih tinggi. Mahasiswa sebagai konsumen cenderung merasa lebih percaya diri ketika menggunakan produk mahal, karena mereka beranggapan bahwa produk berharga tinggi memiliki kualitas lebih baik dan dapat meningkatkan penampilan fisik mereka.
- 8) Eksperimen dengan lebih dari dua produk sejenis. Mahasiswa sebagai konsumen cenderung mencoba produk yang memiliki jenis yang sama namun bermerek berbeda, bahkan jika produk tersebut belum habis digunakan. Hal ini dilakukan untuk membandingkan antara produk dari satu merek dengan merek yang lain.

2.2.1.2. Pengertian Belanja *Online*

Belanja online adalah proses melakukan transaksi melalui situs *e-commerce* atau media sosial yang menawarkan barang dan jasa. Artinya, belanja *online* adalah kegiatan dimana konsumen mengeluarkan uangnya untuk memperoleh produk yang dikehendaki dari toko *online*. Proses ini melibatkan pemesanan produk dari produsen atau *reseller* melalui internet, dan kemudian pembayaran dilakukan melalui transfer bank atau *Cash on Delivery* (Harahap & Amanah, 2018).

2.2.1.3. Faktor-Faktor Belanja Online

Menurut Harahap & Amanah (2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan belanja *online*, yaitu:

- 1) Kenyamanan: Konsumen dapat menghindari kerumitan lalu lintas dan tidak perlu mencari tempat parkir atau berjalan ke toko.
- 2) Informasi yang lengkap: Konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk mendapatkan informasi detail mengenai produk atau jasa yang diinginkan dan memesan atau mengunduh informasi secara langsung.
- 3) Kebebasan waktu: konsumen dapat membandingkan harga dan melakukan pemesanan barang atau jasa selama 24 jam setiap hari dari lokasi manapun.
- 4) Kepercayaan konsumen: faktor ini mencakup dampak dari kekecewaan dan penyesalan pembelian sebelumnya terhadap evaluasi pilihan di masa depan, insiden dan perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian, termasuk penggunaan kartu kredit.

2.2.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kesejahteraan masa depan. Literasi keuangan sangat penting karena memberikan edukasi kepada masyarakat Indonesia tentang cara mengelola keuangan dengan bijak. (OJK, 2016). Literasi keuangan sebagai keterampilan individu untuk membuat keputusan dan penilaian efektif terkait penggunaan dan pengelolaan keuangan (Pambudhi, 2015). Literasi keuangan menurut Yushita (2017) menyatakan bahwa literasi keuangan sangat penting untuk membantu individu mengatur upaya mereka secara mandiri dan membuat rencana keuangan yang cocok. Sementara menurut Pulungan dan Febriaty (2018)

mendefinisikan literasi keuangan sebagai kapabilitas untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan menerapkan pengetahuan tersebut dengan tepat dalam perilaku sehari-hari.

Berdasarkan pendapat para ahli yang disebutkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan dengan efektif sehingga dapat mencegah atau menghindari masalah keuangan. Literasi keuangan sangat penting untuk diaplikasikan agar seseorang dapat mengelola keuangannya dengan bijaksana dan mencapai kesejahteraan keuangan. Adapun Al-Qur'an surah Al-Mujadalah ayat 11 mengingatkan tentang pentingnya meningkatkan pengetahuan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ؕ وَإِذَا قِيلَ أَنشُرُوا فَأَنشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ؕ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai orang-orang beriman apabila dikatakan padamu “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Ibnu Katsir dalam tafsirnya menguraikan bahwa Allah akan mengangkat kedudukan orang-orang yang beriman dan berilmu beberapa tingkatan di atas orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa memberi kemudahan kepada orang lain, baik yang datang maupun yang pergi, tidak akan mengurangi hak seseorang. Sebaliknya, tindakan tersebut adalah sebuah penghargaan dan peningkatan status di sisi Allah. Allah tidak akan sia-siakan hal tersebut dan akan memberikan balasan di dunia dan

akhirat. Orang yang merendahkan diri karena Allah, akan diangkat derajatnya dan namanya akan dimasyhurkan. Ayat tersebut menekankan bahwa orang yang beriman dan memiliki ilmu akan dinaikkan beberapa tingkatan oleh Allah. Penyebab kenaikan tingkatan ini adalah penguasaan ilmu yang lebih baik dibandingkan dengan orang lain, yang berguna dalam memahami dunia sekitar dengan lebih baik. Berkaitan dengan literasi keuangan, pemahaman tentang keuangan sangat bermanfaat karena dengan ilmu yang dimiliki, seseorang dapat mengetahui kondisi pasar lebih awal sehingga peluang untuk mendapatkan keuntungan menjadi lebih besar. Tujuan dari memiliki tingkat literasi yang tinggi adalah untuk mencapai kehidupan yang sejahtera, seperti yang dijelaskan dalam ayat tersebut. Allah akan mengangkat derajat orang yang berilmu dengan memberikan kehidupan yang sejahtera dan kemampuan untuk mengelola kebutuhan dengan baik.

2.2.2.1. Indikator Literasi Keuangan

Menurut Yushita (2017), indikator literasi keuangan mencakup:

1. Pengetahuan Dasar Keuangan

Pengetahuan dasar keuangan melibatkan pemahaman individu tentang pengelolaan keuangan pribadi, termasuk cara mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta memahami konsep-konsep dasar keuangan.

2. Tabungan dan Pengajuan Pinjaman

Tabungan adalah uang yang disisihkan untuk tujuan di masa depan dan dapat disimpan di bank atau dalam bentuk deposito. Di sisi lain, pinjaman adalah fasilitas yang memungkinkan individu meminjam uang dengan

persetujuan untuk membayar kembali dalam jangka waktu yang telah disepakati.

3. Asuransi

Asuransi adalah bentuk perlindungan finansial yang melibatkan berbagai jenis, seperti asuransi jiwa, asuransi pendidikan, dan asuransi kesehatan.

4. Investasi

Investasi adalah proses menyimpan dan mengelola uang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau pengembalian yang lebih besar.

2.2.3 Sikap Keuangan

Sikap keuangan berperan penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mengelola keuangannya, dan dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana (Sina, 2014). Membentuk sikap keuangan yang positif dapat memudahkan seseorang dalam pengelolaan keuangannya, sedangkan sikap keuangan yang negatif dapat menyebabkan perilaku keuangan yang kurang baik, yang dapat menyebabkan berbagai masalah. Oleh karena itu, sikap keuangan merupakan salah satu faktor yang membedakan perilaku keuangan seseorang dari yang lainnya.

Menurut Rizkiawati & Asandimitra (2018) sikap perilaku adalah penilaian, pandangan, ataupun kondisi mental seseorang mengenai urusan keuangan yang tercermin melalui perilakunya. Saat seseorang terobsesi pada uang, maka seseorang akan berfikir bagaimana cara mendapatkan uang dan bagaimana cara menggunakan uang yang dimilikinya, hal ini akan membuat seseorang dapat memiliki pandangan pada keuangannya di masa depan. Dengan demikian, semakin positif sikap

seseorang dalam menanggapi keuangan pribadinya, maka semakin baik seseorang tersebut memajemen keuangan.

Dalam Islam, Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 261 yang berbunyi sebagai berikut, menjabarkan pedoman untuk menumbuhkan sikap keuangan yang positif:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: "Perumpaan orang-orang yang menafkahkan hartanya mereka di jalan Allah adalah serupa dengan dengan butir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada setiap butir seratus biji. Allah (terus-menerus) melipat gandakan bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha luas (karunia-Nya) Lagi Maha Mengetahui.

Menurut Al-Qur'an, penyaluran kekayaan dimulai dari sebutir benih yang disebut habitin wahidatin dan berkembang dari tujuh butir menjadi tujuh ratus biji. Selain itu, lapangan kerja baru akan diciptakan oleh investasi. Sementara itu, memberikan infaq akan membantu ratusan bahkan ribuan orang miskin dalam meningkatkan produktivitasnya. Dengan pengelolaan dan pengeluaran uang yang efektif, itu akan membuat dampak multipemain di antara area lokal.

2.2.3.1. Indikator Sikap Keuangan

Berdasarkan penjelasan Shim et al., (2010) beberapa indikator dari sikap keuangan (*financial attitude*) adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran. Seorang individu dapat dikatakan memiliki sikap keuangan yang baik jika ia mampu mengelola pendapatan dan pengeluarannya dengan baik. Dengan melakukan ini, mereka dapat menghindari pengeluaran berlebihan sehingga pengeluaran tidak melebihi pendapatan.

2. Menyisihkan uang ke dalam tabungan. Jika seseorang melacak pendapatan dan pengeluaran mereka, mereka mungkin akan menghindari pengeluaran berlebihan dan juga mampu menyimpan uang di tabungan.
3. Menabung setiap bulan untuk masa depan. Seseorang dengan sikap keuangan yang baik akan mempersiapkan keuangan mereka dengan baik, termasuk menyisihkan sebagian dari pendapatan bulanan mereka untuk kebutuhan masa depan atau kejadian tak terduga.
4. Melunasi utang setiap bulan. Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang sikap keuangan, seseorang dapat mengatur keuangannya dengan baik sehingga mereka dapat melunasi utang atau tagihan mereka tepat waktu.

2.2.4 Locus of Control

Locus of control adalah kemampuan individu untuk merespons dan mengelola situasi dan lingkungan mereka. *Locus of control* juga diartikan sebagai kapasitas seseorang untuk mengendalikan dan mengatur perilaku yang sesuai dengan situasi dan kondisi tertentu, termasuk kemampuan untuk beradaptasi dalam interaksi sosial, kontrol perilaku diri, kemauan untuk menarik perhatian, hasrat untuk memodifikasi perilaku agar sesuai dengan orang lain, dan kemampuan untuk menyembunyikan emosi (Ghufron, 2011). Sari & Fakhruddiana (2019) menyatakan bahwa *Locus of control* adalah kemampuan individu untuk menetapkan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai, dan aturan sosial, yang diarahkan untuk mencapai perilaku positif.

Locus of control adalah kekuatan untuk mengendalikan diri sendiri. *Locus of control* internal menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa perbuatan

yang mereka lakukan memiliki dampak pada hasil yang mereka peroleh. Menurut (Kholilah dan Iramani (2013) individu dengan *locus of control* internal cenderung mengananggap bahwa keahlian, keterampilan, dan usaha yang mereka lakukan menentukan apa yang mereka capai dalam hidup. Sebaliknya, individu dengan *locus of control* eksternal lebih condong berpikir bahwa hidup mereka ditentukan oleh faktor-faktor di luar kendali mereka, seperti keberuntungan, nasib, takdir, dan kekuasaan.

Berdasarkan pengertian *locus of control* dari para ahli di atas, bisa disimpulkan bahwa *locus of control* adalah kemampuan seseorang untuk mengatur perilakunya sesuai dengan kondisi atau situasi yang mereka hadapi.

2.2.4.1. Indikator Locus of Control

Menurut Ghufron (2011) terdapat tiga indikator *locus of control*, yaitu:

1) Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku adalah keterampilan untuk merespons situasi negatif secara langsung. Keterampilan ini terbagi menjadi dua bagian utama. Bagian pertama adalah regulasi pelaksanaan, yang berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menentukan siapa yang mengendalikan suatu situasi, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku, dengan menggunakan kemampuan diri. Jika seseorang tidak mampu mengendalikan situasi, ia harus mengetahui kapan dan bagaimana merespons stimulus yang tidak diinginkan. Beberapa strategi yang dapat digunakan meliputi pencegahan stimulus, menambahkan jeda waktu antara stimulus sebelum waktu respons berakhir, dan membatasi kekuatan stimulus.

2) Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif adalah kapasitas seseorang untuk mengelola informasi yang tak diharapkan melalui interpretasi dan evaluasi, atau dengan mengaitkan suatu peristiwa dengan suatu struktur kognitif sebagai bentuk adaptasi psikologis atau untuk mengurangi stres. Kontrol kognitif mencakup dua aspek utama, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Melalui informasi yang dimiliki, seseorang dapat merespons suatu situasi dengan mempertimbangkan berbagai aspek. Melakukan penilaian berarti individu tersebut berusaha untuk menilai dan menginterpretasikan suatu situasi dengan menekankan pada aspek-aspek positif dari perspektif subjektif.

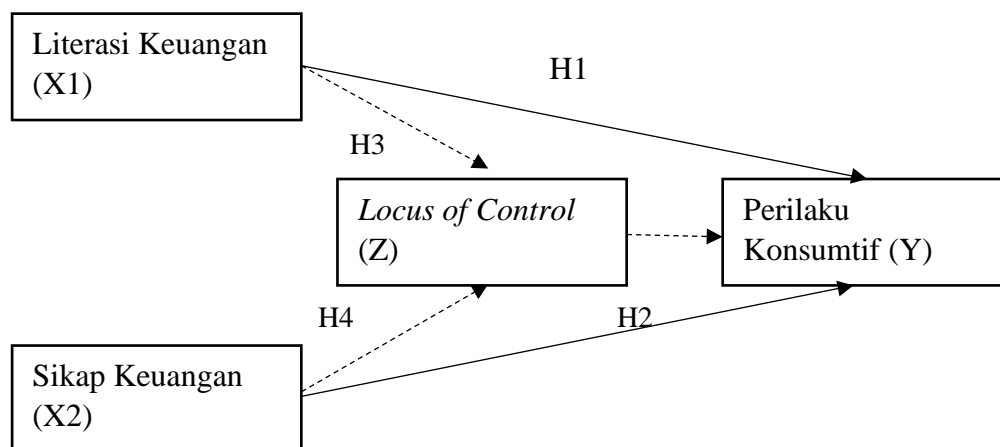
3) Mengontrol keputusan (*decisional control*)

Mengelola keputusan adalah kemampuan seseorang untuk memilih suatu tindakan yang didasarkan pada keyakinan atau persetujuan. Kontrol diri dalam pemilihan akan bekerja dengan baik jika ada kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan bagi seseorang untuk memilih berbagai tindakan dengan menggunakan sumber eksternal.

2.3 Kerangka Konseptual

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

Gambar 2. 1
Kerangka konseptual



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Keterangan:

—————▶ = Pengaruh Langsung

-----▶ = Pengaruh Tidak Langsung

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang masih bersifat teoritis dan belum didukung oleh bukti empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, perumusan masalah dalam penelitian umumnya dirumuskan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan teori, data, dan perumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 :Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

(Udayanthi et al., 2018), (Al Arif & Imsar, 2023), (Rahma et al., 2022)

H2 :Terdapat pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.

(Andira & Asiyah, 2022), (Dilasari, 2020), (Wulandari & Adiba, 2018)

H3 : *Locus of control* memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

(Siregar & Chairiah, 2022), (Izazi et al., 2020)

H4 : *Locus of control* memediasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.

(Ummah et al., 2022), (Rindayani et al., 2022)

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah pemahaman, kemampuan, dan kepercayaan yang mempengaruhi sikap serta tindakan seseorang guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan demi mencapai kesejahteraan (OJK, 2016). Artinya, seseorang dengan pengetahuan tinggi mengenai literasi keuangan akan dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, termasuk pendapatan dan pengeluaran, sehingga mereka akan lebih hati-hati dalam memilih dan mengonsumsi barang yang mereka butuhkan. Akibatnya, tingkat perilaku konsumtif mereka akan menurun karena mereka dapat mengelola keuangannya dengan lebih hati-hati. Penelitian yang dilakukan oleh Riadi dan Srikartikowati (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, semakin rendah perilaku konsumtif orang tersebut. Sehingga rumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat hubungan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif

2.5.2 Hubungan Sikap Keuangan dengan Perilaku Konsumtif

Sikap individu terhadap uang beragam dan dapat mempengaruhi cara berpikir dan bertindak, terkadang secara irrasional. Uang dapat memicu perilaku seperti keserakahan, dendam, ketakutan, dan perilaku antisosial. Bagaimana individu menginterpretasikan uang, apakah sebagai alat atau sesuatu yang lebih, mempengaruhi tindakan yang akan diambil. Sikap keuangan memainkan peran penting dalam perilaku pembelian kompulsif di kalangan mahasiswa. Artinya, mahasiswa yang memandang uang sebagai sarana untuk memuaskan semua keinginannya cenderung akan memiliki keinginan lebih besar untuk menghabiskan uangnya (Prihastuty dan Rahayuningsih, 2018). Sehingga rumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat hubungan sikap keuangan dengan perilaku konsumtif

2.5.3 Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif Dimediasi *Locus of Control*

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik PLS dan perangkat lunak SmartPLS menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *selfcontrol* sebagai variabel mediasi. Hasil ini ditunjukkan dengan koefisien *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai *p-value* yang telah ditentukan sebelumnya yaitu maksimal 0,05. Mahasiswa pendidikan akuntansi cenderung memiliki kemampuan untuk mengontrol diri mereka dalam membuat keputusan terkait kebutuhan. *Selfcontrol* yang dimiliki oleh responden berperan dalam membuat pola pikir mereka agar mampu mengontrol diri mereka sendiri, memberikan dampak positif pada

kehidupan mereka di masa depan dan mencegah mereka membuat keputusan impulsif dalam pembelian. Sebagian besar mahasiswa pendidikan akuntansi memiliki literasi keuangan yang baik, memungkinkan mereka untuk mengatur pengeluaran mereka dengan baik karena adanya kontrol diri. *Selfcontrol* yang baik dapat meminimalkan konsumsi berlebihan. Hasil penelitian ini konsisten dengan studi empiris sebelumnya yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki pemahaman tentang *financial* dapat menggunakan uang mereka dengan lebih bijak (Mintarti, 2016). Demikian pula, Kusumaningtyas dan Sakti (2017) menemukan bahwa literasi keuangan yang baik dapat mencegah perilaku konsumtif. Menurut Martono dan Sudarma (2019) literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif melalui pengendalian diri sebagai mediator. Kontrol diri yang buruk dapat membuat seseorang lebih mudah terlibat dalam perilaku negatif. Literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumtif, terutama jika didukung oleh kontrol diri yang baik untuk hidup secara efisien. Sehingga rumusan hipotesis yang disusulkan adalah sebagai berikut:

H3: Terdapat hubungan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif dimediasi *locus of control*

2.5.4 Hubungan Sikap Keuangan dengan Perilaku Konsumtif Dimediasi *Locus of Control*

Studi yang dilakukan oleh Pradiningtyas & Lukiastuti (2019) menunjukkan bahwa *selfcontrol* (kontrol diri) dapat berperan sebagai mediator dalam hubungan antara sikap keuangan dan perilaku menabung, terutama di kalangan individu berusia 20-30 tahun. Penelitian lainnya juga

menunjukkan bahwa sikap keuangan memiliki pengaruh yang positif, meski tidak signifikan, terhadap perilaku pengelolaan keuangan yaitu perilaku menabung melalui *selfcontrol* (kontrol diri) dari (Wicaksono dan Nuryana, 2020).

Seseorang yang memiliki sikap keuangan dengan positif atau tinggi, disertai dengan kontrol diri yang baik atau kuat, maka dapat meningkatkan perilaku menabung mahasiswa. Individu akan mengelola keuangannya dengan bijak dalam membuat keputusan keuangan pribadi. Memiliki sikap keuangan yang baik, dengan didukung oleh kontrol diri yang bijak, dapat membuat mahasiswa lebih pandai dalam menilai apa yang menguntungkan dan merugikan. Individu akan memilih opsi yang memberikan manfaat, seperti menabung, yang dapat membantu di masa mendatang (Mardiana dan Rochmawati, 2020). Sehingga rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: Terdapat hubungan sikap keuangan dengan perilaku konsumtif dimediasi *locus of control*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengumpulkan data guna menguji hipotesis terkait dengan subjek penelitian (Abdillah dan Hartono, 2015). Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang menitikberatkan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Abdillah dan Hartono, 2015). Pendekatan penelitian ini digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai hubungan antara variabel-variabel yang ada melalui pengujian hipotesis, sehingga dapat dilakukan pengujian yang akurat dan menarik kesimpulan yang tepat.

3.2 Lokasi Penelitian

Sukardi (2003) menjelaskan bahwa lokasi penelitian adalah tempat di mana solusi untuk masalah penelitian diperoleh. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan subyek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Peneliti menetapkan tempat ini karena terdapatnya fenomena, kesesuaian dengan studi kasus yang diangkat, sampel dan populasi yang mencukupi, serta untuk menguji variabel mediasi.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi ialah daerah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristiknya tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah dan kemudian diambil kesimpulannya. Jadi populasi

itu tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020 dan 2021.

Sedangkan sampel ialah segmen dari jumlah dan karakteristik populasi. Apabila populasi terlalu besar dan peneliti tidak mampu untuk meneliti semua yang ada pada populasi tersebut, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat memakai sampel yang dipilih dari populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa dari Jurusan Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dari angkatan tahun 2020 dan 2021. Kriteria untuk sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah manajemen keuangan dan mata kuliah keuangan lainnya.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah semua mahasiswa di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Semester Genap
Tahun Akademik 2022/2023

No	Jurusan	Angkatan		Jumlah
		2020	2021	

1.	S1 Manajemen	261	256	517
2.	S1 Akuntansi	121	149	270
3.	S1 Perbankan Syariah	124	128	252
Jumlah		506	533	1039

Sumber: Bagian Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023

Besarnya sampel penelitian ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = *error margin*, dengan penggunaan sebesar 10% atau 0,1

Sehingga sampel yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.039}{1 + 1.039 (0,1)^2}$$

$$n = 91,22 \text{ dibulatkan menjadi } 91 \text{ sampel}$$

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *proportional random sampling*, yaitu cara pengambilan sampel secara acak dengan menggunakan undian dari populasi tiap program studi agar setiap program studi dalam populasi mendapat representasi yang sesuai. Jumlah sampel yang

diambil adalah 91 mahasiswa, dengan proporsi sampel masing-masing program studi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2
Sampel Penelitian

No	Program Studi	Populasi	Perhitungan	Sampel
1.	Manajemen	517	$(517/1.039) \times 91$	45
2.	Akuntansi	270	$(270/1.039) \times 91$	24
3.	Perbankan Syariah	252	$(252/1.039) \times 91$	22
Jumlah		1.039		91

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

3.5 Data dan Jenis Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Pratiwi (2017) data primer ialah data yang bermula dari sumber pertama. Pada studi penelitian ini diperoleh dari tanggapan atas kuisisioner yang disebar kepada 91 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2019-2021.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung membagikan data kepada penghimpun data (Pratiwi, 2017).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan metode penyebaran kuisisioner atau angket. Menurut Sugiyono (2014) kuisisioner

adalah metode pengumpulan data dimana responden dimintai serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Responden akan diberikan kuesioner melalui formulir google online dengan daftar pertanyaan yang telah disusun dengan format tertentu. Tujuannya agar mendapat informasi yang relevan. Skala likert, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2014) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Rentang respons setiap instrumen dengan skala Likert mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Skor dapat diterapkan pada respons untuk analisis kuantitatif (Sugiyono, 2014).

Tabel 3. 3 Kriteria Pemberian Skor Kuisisioner

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2014)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses yang dilaksanakan dengan pengamatan dimensi dan sifat yang diwakili oleh variabel yang dipakai. Hal ini kemudian diterangkan dalam bentuk item yang dapat diukur, sehingga melancarkan untuk mengukur suatu variabel. Langkah operasional variabel meliputi pendefinisian variabel yang akan diukur dan kemudian

mengembangkan pertanyaan. Pada variabel tersebut terdiri dari tiga kelas yaitu *independent*, *dependent*, dan mediasi. Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent variable*), adalah variabel yang dapat mempengaruhi akan sebab timbulnya variabel terikat (*dependent variable*) (Purwanto, 2019). Dapat disimpulkan bahwa, variabel bebas adalah penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis yang berdampak pada variabel lain. Pada studi penelitian ini ada dua variabel bebas yakni, literasi keuangan sebagai (X1) dan sikap keuangan sebagai (X2).
2. Variabel terikat (*dependent variable*), adalah variabel yang struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya variabel lainnya. Variabel terikat ini menjadi *primary interest to the researcher* atau persoalan pokok si peneliti, yang selanjutnya menjadi objek penelitian. Dengan demikian, variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).
3. Variabel mediasi (*intervening variable*), merupakan faktor yang mempengaruhi fenomena yang diamati tetapi tidak dapat dilihat, diukur, atau dimanipulasi. Atau bisa diartikan juga sebagai variabel yang secara teoritis menakluki (memperlemah dan memperkuat) hubungan antara *independent variable* dengan *dependent variable*, tetapi tidak bisa dilihat dan diukur. Variabel mediasi pada penelitian ini adalah *locus of control* (Z).

Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Litiasi Keuangan (X1) Yushita (2017)	Pengetahuan umum tentang keuangan	1. Mengetahui pengetahuan keuangan yang baik
		2. Melakukan perencanaan keuangan yang baik
	Simpanan dan pinjaman	3. Mengetahuo aspek- aspek pengambilan kredit
		4. Tempat belanja murah dalam menghemat pengeluaram
	Asuransi	5. Mencatat uang menabung setiap bulan
		6. Menabung uang di bank lebih aman
	Investasi	7. Investasi akan membantu dalam menghadapi krisis ekonomi
		8. Investaasi adalah tujuan keuangan dimasa mendatang
Sikap keuangan (X2) Shim et al., (2010)	Mencatat pendapatam	1. Mencatat pendapatan setiap bulan
		2. Mencatat pendapatan untuk melihat kelebihan dan kekurangan pendapatan
	Menghabiskan uang	3. Menghabiskan uang untuk keeperluan sekunder
		4. Menghabiskan uang setiap bulan
	Menyimpan uang	5. Menyisihkan pendapat setiap bulan

		6. Menyisihkan pendapatan untuk berinvestasi
	Membayar utang	7. Membayar utang sesuai jatuh tempo
<i>Locus of Control</i> (Z) Gufron dan Risnawati (2011)	Kontrol Perilaku	1. Mengendalikan diri dalam membeli barang
		2. Menahan diri untuk tidak membeli barang
	Kontrol Kognitif	3. Mengutamakan pendapat sendiri daripada pendapat oranglain
		4. Berfikir terlebih dahulu dalam membeli produk
	Kontrol Keputusan	5. Rasional dalam mengambil keputusan
		6. Mencari informasi sebelum membeli produk
Perilaku Konsumtif (Y) Fardhani dan Izzati (2013)	Membeli produk karena iming-iming hadiah	1. Membeli produk <i>buy I get I</i>
	Membeli produk karena kemasan menarik	2. Membeli produk karena desain kemasan menarik
	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	3. Membeli produk asli dan merek terkenal
	Membeli produk atas pertimbangan harga	4. Membeli produk karena harga mahal
	Memakai produk karena unsur model yang mengiklankan	5. Membeli produk karena idola yang mengiklankan
	Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri	6. Merasa bangga ketika menggunakan produk mahal
		7. Nyaman menggunakan produk dengan merek terkenal

	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	8. Membeli produk dengan fungsi yang sama
		9. Menyetok produk sejenis

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif, menurut Martias (2021) adalah tingkatan pengolahan data yang difokuskan pada pengumpulan, pengorganisasian, dan pengelolaan data untuk menyajikan dan memberikan representasi yang jelas tentang suatu kondisi atau peristiwa tertentu di mana data tersebut berasal. Analisis statistik deskriptif dapat disajikan dalam berbagai format, tergantung pada kebutuhan dan efektivitas penyampaian informasi, yang umumnya meliputi tabel, grafik atau diagram, dan angka-angka.

3.8.2 Teknik SmartPLS

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

1. Kelebihan

- Pendekatan *SmartPLS* dianggap efektif karena tidak bergantung pada asumsi
- Jumlah sampel yang diperlukan untuk analisis *SmartPLS* cukup kecil. *SmartPLS* disarankan untuk digunakan ketika peneliti menghadapi kendala dalam ketersediaan sampel, tetapi masih ingin membangun model yang kompleks.
- Data yang digunakan dalam *SmartPLS* tidak perlu memiliki distribusi normal. *SmartPLS* menggunakan metode *bootstrapping*, yang merupakan teknik penggandaan acak, sehingga asumsi normalitas bukanlah suatu masalah bagi *SmartPLS*. Dengan proses *bootstrapping* ini, *SmartPLS* tidak mensyaratkan jumlah sampel minimum.
- *SmartPLS* memiliki kemampuan untuk menguji model SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan format formatif dan reflektif, serta dapat menangani skala pengukuran indikator yang bervariasi dalam satu model yang sama, memungkinkan berbagai tipe skala, seperti skala rasio, skala Likert, dan lainnya, untuk diuji dalam model yang sama

2. Kekurangan

- *SmartPLS* hanya dapat membaca dan mengolah data dalam format file *Excel* yang disimpan sebagai CSV (*Comma Separated Values*).

Dalam SmartPLS, evaluasi model dibagi menjadi dua bagian, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Selanjutnya, evaluasi model pengukuran dibagi lagi menjadi evaluasi untuk model reflektif dan formatif (Haryono, 2016). Pembagian evaluasi dalam PLS ini akan dijelaskan sebagai berikut:

A. Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

1. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Evaluasi model indikator reflektif mencakup peninjauan terhadap: (1) keandalan item individu, (2) konsistensi internal atau keandalan konstruksi, (3) rata-rata varians yang di ekstrak, dan (4) validitas diskriminan. Tiga pengukuran pertama termasuk dalam validitas konvergen. Validitas konvergen mengukur seberapa besar korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Dalam evaluasi validitas konvergen dari peninjauan keandalan item individu, hal ini dapat dilihat dari nilai faktor beban standar. Faktor beban standar menggambarkan seberapa besar korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstruksinya. Nilai faktor beban $\geq 0,7$ dianggap ideal, yang berarti indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk yang dibentuknya. Berdasarkan pengalaman empiris dalam penelitian, nilai faktor beban ≥ 0.5 masih dapat diterima. Bahkan, beberapa ahli mentolerir angka 0,4. Oleh

karena itu, nilai faktor beban disebut komunalitas. Nilai ini menunjukkan persentase konstruk mampu menjelaskan variasi yang ada dalam indikator.

2. Evaluasi Model Pengukuran Formatif

Ada lima kriteria yang digunakan untuk menentukan kualitas model formatif, yaitu: (1) spesifikasi isi (*content specification*), yang berkaitan dengan lingkup konstruk laten yang akan diukur. Artinya, jika akan melakukan penelitian peneliti harus secara hati-hati mendiskusikan dan memastikan spesifikasi isi dari konstruk tersebut terlebih dahulu. (2) spesifikasi indikator (*specification indicator*), di mana indikator harus diidentifikasi dan didefinisikan dengan jelas. Definisi indikator harus didasarkan pada literatur yang jelas dan telah didiskusikan dengan para ahli serta divalidasi dengan beberapa *pre-test*. (3) keandalan indikator (*reliability indicator*), yang berkaitan dengan tingkat kepentingan indikator dalam membentuk konstruk. Dua rekomendasi untuk menilai keandalan indikator adalah memeriksa apakah tanda indikator sesuai dengan hipotesis dan bobot indikatornya minimal 0,2 atau signifikan. (4) kolinieritas indikator (*collinearity indicator*), yang menyatakan bahwa indikator yang dibentuk tidak saling berkaitan (sangat tinggi) atau tidak ada masalah multikolinieritas, yang dapat diukur dengan Faktor Pengembangan Varians (VIF). Nilai VIF

> 10 mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas, dan (5) *validitas eksternal (external validity)*, yang menjamin bahwa semua indikator yang dibentuk dimasukkan ke dalam model.

B. Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

Setelah melakukan evaluasi model pengukuran konstruk atau variabel, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural. Langkah pertama dalam proses ini adalah mengevaluasi model struktural dengan cara meninjau signifikansi hubungan antar konstruk atau variabel. Hal ini dapat diamati melalui koefisien jalur (*path coefficient*) yang menunjukkan kekuatan hubungan antar konstruk. Arah atau tanda dalam jalur (*path coefficient*) harus konsisten dengan teori yang diajukan dalam hipotesis, dan signifikansi hubungan tersebut dapat dilihat dari nilai *t-test* atau C.R (*critical ratio*) yang diperoleh melalui proses *bootstrapping* atau metode resampling.

Langkah kedua dalam evaluasi model struktural adalah meninjau nilai R². Interpretasi nilai R² sama dengan interpretasi R² pada regresi linier, yaitu menunjukkan sejauh mana variabilitas variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Nilai R² memiliki tiga kategori klasifikasi, yaitu: nilai R² 0,67 sebagai substansial, nilai R² 0,33 sebagai sedang (moderate), dan nilai R² 0,19 sebagai (weak). Perubahan nilai

R² dapat digunakan untuk menilai apakah pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen memiliki dampak yang substansial.

Analisis yang melibatkan sampel kecil, yaitu kurang dari standar yang dianjurkan untuk pengujian SEM (yakni 5-10 kali jumlah indikator), sebaiknya menggunakan metode PLS karena SEM sangat sensitif terhadap ukuran sampel. SEM dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) cocok untuk sampel dengan jumlah 150-400 responden, sedangkan teknik *Generalized Least Squares Estimation* (GLSE) dapat digunakan untuk sampel sekitar 200-500 responden. Jika hubungan indikator dengan konstruk melibatkan unsur formatif atau gabungan unsur formatif dan refleksif, metode PLS lebih direkomendasikan karena dapat menganalisis hubungan konstruk dengan indikator formatif dan refleksif atau kombinasi keduanya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Terbentuknya Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang erat kaitannya dengan sejarah awal kelembagaan pendirian Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya di Malang. Lembaga ini mengalami serangkaian proses yang melibatkan sejumlah perubahan status, termasuk transformasi dari sebuah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UISS) Malang, lalu pada akhirnya menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Berdirinya Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang pada awalnya hanya memiliki satu program studi yaitu Manajemen dengan program jenjang sarjana (S1). Izin diselenggarakannya program studi sarjana di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang diberikan melalui Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI dengan nomor DJ/54/2005. Tidak lama setelah izin berdiri diberikan, program studi Manajemen mendapat status akreditasi tertinggi yaitu “A” yang tertulis dalam Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional dengan nomor 005/BAN-PT/Ak-

X/S1/II/2007 hingga Juli 2012, hal ini dapat memperkuat kedudukan prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang. Sejak saat itu, Fakultas Ekonomi telah berhasil meluluskan sebanyak 841 mahasiswa yang tersebar dari berbagai wilayah tanah air. Banyak dari lulusan ini telah memasuki dunia kerja di perusahaan-perusahaan terkemuka, seperti Pertamina, BRI, BTPN dan lainnya. Selain itu, ada juga yang memilih untuk melanjutkan studi jenjang pascasarjana di perguruan tinggi dalam negeri maupun luar negeri. Dengan diraihnya prestasi berupa status akreditasi tertinggi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang ini, tidak lain merupakan usaha bersama dari seluruh keluarga fakultas dengan upaya yang sungguh-sungguh.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang pada tahun akademik 2009/2010 membuka program studi baru yaitu Akuntansi dan Perbankan Syariah. Pada program studi Akuntansi dibuka untuk jenjang sarjana (S1), sedangkan jenjang diploma tiga (D3) dibuka untuk program studi Perbankan Syariah. Keputusan dari Dirjen Pendidikan Islam Dj.I/309/2008 tentang izin membuka studi S1 Akuntansi di Universitas Islam Negeri Malang dan Dj.I/307/2008 tentang izin membuka program Diploma Tiga (D3) Perbankan Syariah di Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) tahun 2008

menjadi masing-masing landasan dibukanya pelaksanaan kedua program studi tersebut.

Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang berupaya menciptakan budaya akademik yang memadukan pengembangan spiritual, keunggulan moral, keluasan ilmu, dan kematangan profesional untuk mewujudkan visi dan tujuannya. Dengan demikian diharapkan cita-cita luhur UIN Maliki Malang untuk mendirikan universitas berbahasa dan pusat peradaban Islam Indonesia dapat terwujud yang berujung pada berdirinya fakultas ekonomi unggulan.

4.2 Profil Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020-2021 yang berjumlah 91 sampel. Proses pengumpulan jawaban untuk penelitian ini dilaksanakan melalui *Google Form* yang linknya dibagikan kepada seluruh responden.

4.2.1 Karakteristik Identitas Responden

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Perempuan	67	67%
Laki-laki	24	24%
Jumlah	91	91%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 67 orang (67%), sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 24 orang (24%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling berkontribusi dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi/Jurusan

Program Studi	Frekuensi	Presentase (%)
Manajemen	39	39%
Akuntansi	33	33%
Perbankan Syariah	19	19%
Jumlah	91	91%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden dari Program Studi Manajemen sebanyak 39 orang dengan presentase 39%, responden dari Program Studi Akuntansi sebanyak 33 orang dengan presentase 33%, dan responden dari Program Studi Perbankan Syariah sebanyak 19 orang dengan presentasi 19%. Dapat diambil kesimpulan bahwa karakteristik responden berdasarkan jurusan paling banyak berasal dari Program Studi Manajemen.

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan Tahun	Frekuensi	Presentase (%)
-----------------------	------------------	-----------------------

2020	68	68%
2021	23	23%
Jumlah	91	91%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari tabel 4.3 diatas dipeoleh data bahwa responden berdasarkan angkatan tahun 2020 sebanyak 68 orang dengan presentase 68%, dan responden angkatan tahun 2021 sebanyak 23 orang dengan presentase 23%. Dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan angkatan yang banyak berkontribusi dalam penelitian ini berasal dari angkatan 2020.

4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian memiliki tujuan untuk menggambarkan variabel-variabel yang terkait dengan penelitian tersebut dengan cara menginterpretasikan data dalam bentuk frekuensi jawaban dari seluruh responden, baik dalam bentuk jumlah maupun presentase, berdasarkan item-item yang termasuk dalam variabel tersebut. Pada penelitian ini, variabel yang tercakup adalah Literasi Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2), *Locus of Control* (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y). Berikut adalah deskripsi jawabn responden yang telah dikelompokkan berdasarkan setiap variabel.

1. Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (X1)

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (X1)

Item	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total	Rata-Rata

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	4	4	17	17	45	45	25	25	91	91	4
X1.2	0	0	4	4	32	32	35	35	20	20	91	91	3,78
X1.3	0	0	10	10	33	33	35	35	13	13	91	91	3,56
X1.4	0	0	6	6	24	24	48	48	13	13	91	91	3,74
X1.5	0	0	8	8	37	37	28	28	18	18	91	91	3,61
X1.6	0	0	4	4	17	17	45	45	25	25	91	91	3,57
X1.7	0	0	10	10	36	36	35	35	10	10	91	91	3,49
X1.8	0	0	4	4	17	17	45	45	25	25	91	91	4
MEAN													3,72

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata frekuensi terendah berada pada item pertanyaan kuesioner X1.7. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang belum sepenuhnya yakin bahwa berinvestasi akan membantunya dalam menghadapi keadaan krisis ekonomi. Sedangkan untuk rata-rata frekuensi tertinggi berada pada item pertanyaan kuesioner X1.1 dan X1.8, dimana mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang perlu memiliki pengetahuan keuangan yang baik dan mengerti apa tujuan dari berinvestasi.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Keuangan (X2)

Tabel 4. 5
Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Keuangan (X2)

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0	13	13	34	34	28	28	16	16	91	91	3,51
X2.2	2	2	8	8	48	48	27	27	6	6	91	91	3,29

X2.3	1	1	10	10	44	44	23	23	13	13	91	91	3,4
X2.4	2	2	9	9	43	43	28	28	9	9	91	91	3,36
X2.5	0	0	13	13	41	41	31	31	6	6	91	91	3,32
X2.6	4	4	7	7	38	38	35	35	7	7	91	91	3,37
X2.7	0	0	1	1	25	25	43	43	22	22	91	91	3,95
MEAN													3,46

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diketahui bahwa rata-rata frekuensi terendah berada pada item pertanyaan kuisisioner X2.2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang belum sepenuhnya mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan secara teratur. Sedangkan untuk rata-rata frekuensi tertinggi berada pada item pertanyaan kuisisioner X2.7, dimana menyatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang selalu membayar hutang sebelum jatuh tempo.

3. Distribusi Frekuensi Variabel *Locus of Control* (Z)

Tabel 4. 6
Distribusi Frekuensi Variabel *Locus of Control* (Z)

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Z.1	1	1	9	9	37	37	28	28	16	16	91	91	3,53
Z.2	0	0	9	9	42	42	30	30	10	10	91	91	3,45
Z.3	1	1	9	9	43	43	25	25	13	13	91	91	3,43
Z.4	1	1	11	11	43	43	27	27	9	9	91	91	3,35
Z.5	1	1	9	9	42	42	35	35	4	4	91	91	3,35
Z.6	2	2	6	6	27	27	42	42	14	14	91	91	3,65
MEAN													3,46

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada tabel 4.6 diatas, diketahui rata-rata frekuensi terendah berada pada item pertanyaan kuesioner Z.4 dan Z.5 yang mana untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu barang mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang masih belum berfikir secara rasional. Sedangkan untuk rata-rata frekuensi tertinggi berada pada item pertanyaan kuesioner Z.6 dimana mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang selalu mencari informasi terlebih dahulu ketika ingin membeli suatu produk.

4. Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4. 7
Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Total		Rata-Rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1	0	0	9	9	36	36	34	34	12	12	91	91	3,53
Y.2	0	0	10	10	40	40	25	25	16	16	91	91	3,51
Y.3	1	1	9	9	40	40	31	31	10	10	91	91	3,43
Y.4	0	0	11	11	31	31	40	40	9	9	91	91	3,51
Y.5	3	3	8	8	34	34	35	35	11	11	91	91	3,47
Y.6	0	0	6	6	34	34	34	34	17	17	91	91	3,68
Y.7	1	1	5	5	29	29	41	41	15	15	91	91	3,7
Y.8	0	0	9	9	30	30	34	34	18	18	91	91	3,67
Y.9	0	0	4	4	17	17	45	45	25	25	91	91	4
Y.10	1	1	5	5	29	29	41	41	15	15	91	91	3,7
MEAN												3,62	

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada tabel 4.7 diatas, diketahui rata-rata frekuensi terendah berada pada item pertanyaan kuesioner Y.3, dimana mahasiswa Fakultas Ekonomi

UIN Maliki Malang tidak sepenuhnya membeli produk dari *brand* terkenal tetapi ada juga yang tidak terkenal. Sedangkan untuk rata-rata frekuensi tertinggi berada pada item pertanyaan kuesioner Y.9, yang mana mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang sering melakukan *repurchase* atau membeli ulang produk yang sudah dimiliki sebelumnya.

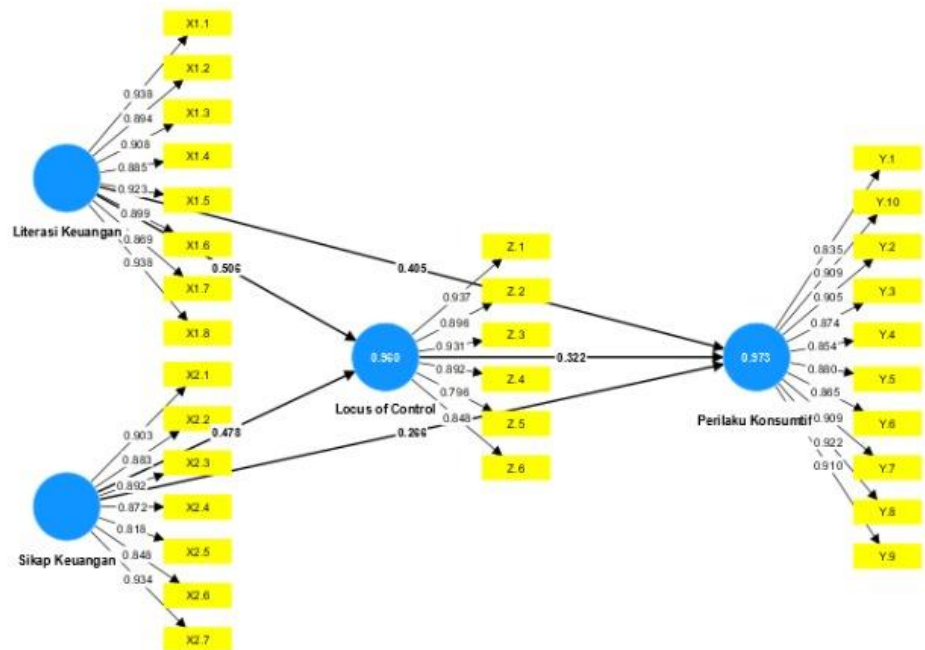
4.3 Analisis Data

4.3.1 Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

Tujuan dari analisis Uji *Partial Least Square* (PLS) adalah untuk memeriksa dampak variabel Literasi Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2), *Locus of Control* (Z), dan Perilaku Konsumtif (Y).

4.3.2 Evaluasi Model Penelitian (*Outer Model*)

Gambar 4. 1
Hasil *Output PLS Algoritm*



Sumber: SmartPLS (2023)

Gambar 4.1 menunjukkan hasil dari PLS Algorithm serta data yang mengenal nilai *loading factor*, *convergent validity*, dan *discriminant validity* dengan tujuan untuk menentukan keberhasilan suatu penelitian. Gambar 4.1 ini menggambarkan bahwa indikator yang membentuk variabel Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, *Locus of Control*, dan Perilaku Konsumtif telah terbukti valid, dan terdapat hubungan yang kuat antara indikator dengan masing-masing konstruk dengan nilai *loading factor* di atas 0,70. Berdasarkan gambar 4.1, diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Validitas dan Reabilitas Konstruk

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

Sumber: SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel 4.8, ditemukan nilai *Cronbach's alpha* dan indikator *composite reliability*, yang memenuhi kriteria dengan nilai *composite reliability (rho-c)* di atas 0,6 dan reliabilitas indikator di atas 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan adalah reliabel. Selanjutnya, nilai *Average*

Variance Extracted (AVE) di atas 0,5 rata-rata menunjukkan bahwa variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi dari indikator-indikatornya. Untuk meningkatkan validitasnya, hasil uji validitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Keterangan
A	Literasi Keuangan (X1)			
1	X1.1		0.938	Valid
2	X1.2		0.894	Valid
3	X1.3		0.908	Valid
4	X1.4		0.885	Valid
5	X1.5		0.923	Valid
6	X1.6		0.899	Valid
7	X1.7		0.869	Valid
8	X1.8		0.938	Valid
B	Sikap Keuangan (X2)			
1	X2.1		0.903	Valid
2	X2.2		0.883	Valid
3	X2.3		0.892	Valid
4	X2.4		0.872	Valid
5	X2.5		0.818	Valid
6	X2.6		0.848	Valid
7	X2.7		0.934	Valid
C	Locus of Control (Z)			
1	Z.1		0.944	Valid
2	Z.2		0.921	Valid
3	Z.3		0.946	Valid
4	Z.4		0.890	Valid
5	Z.5		0.795	Valid

6	Z.6	0.845	Valid
D	Perilaku Konsumtif (Y)		
1	Y.1	0.835	Valid
2	Y.2	0.905	Valid
3	Y.3	0.874	Valid
4	Y.4	0.854	Valid
5	Y.5	0.880	Valid
6	Y.6	0.865	Valid
7	Y.7	0.909	Valid
8	Y.8	0.922	Valid
9	Y.9	0.910	Valid
10	Y.10	0.909	Valid

Sumber: SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel 4.9, dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel Literasi Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2), *Locus of Control* (Z), dan Perilaku Konsumtif (Y) semuanya menunjukkan angka di atas 0,70.

4.3.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

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

1. Perhitungan R-Square

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

Tabel 4. 10
Hasil Uji R-Square

	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
Perilaku Konsumtif	0.973	0.972

<i>Locus of Control</i>	0.960	0.959
-------------------------	-------	-------

Sumber: SmartPLS (2023)

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa *R-Square* Perilaku Konsumtif memiliki nilai 0,973 atau 97,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumtif yang mampu dijelaskan yaitu sebesar 97,3%, sedangkan sisanya yang sebesar 2,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini. Kemudian *R-Square* variabel *Locus of Control* *Locus of Control* memiliki nilai 0,960 atau 96%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Locus of Control* dijelaskan sebesar 96%, sedangkan sisanya sebesar 4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

4.3.4 Uji Hipotesis

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

Tabel 4. 11
Hasil *Path Coefficients*

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	<i>Standard Deviation</i> (STDEV)	<i>T Statistics</i> (IO/STDEVI)	<i>P Values</i>	Keterangan
Literasi Keuangan > Perilaku Konsumtif	0.163	0.160	0.063	2.581	0.010	Signifikan

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

Sumber: SmartPLS (2023)

Berdasarkan hasil tabel 4.11, maka dapat disimpulkan bahwa:

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

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

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif, Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus of Control*, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus of Control*.

4.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

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

memiliki pengetahuan literasi keuangan dengan baik, sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.

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

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

Studi oleh Udayanthi et al., (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh realita bahwa memiliki pemahaman keuangan yang baik dapat membantu individu menghindari masalah keuangan yang muncul akibat kesalahan dalam mengelola uang. Literasi keuangan diharapkan dapat

membantu individu mengatur kekayaan mereka dengan baik, sehingga memberikan manfaat jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini didukung juga oleh studi yang dilakukan oleh (Syariifah & Yuliana, 2022), (Al Arif & Imsar, 2023), (Fungky et al., 2021), (Misgiyanto, 2018), (Dilasari, 2020), (Mu'amala & Wahjudi, 2021) dan (Sari et al., 2023).

Berdasarkan uraian yang dijelaskan di atas, individu memerlukan pengetahuan dan keterampilan keuangan untuk memiliki literasi keuangan yang baik. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Isra'/17; 29-30:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ۚ ٢٩
إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا ۚ ٣٠

Artinya: “Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal (29). Seseungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki bagi siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkan (nya) bagi siapa yang Dia kehendaki). Sesungguhnya Dia Maha Teliti lagi Maha Melihat hamba-hambaNya.”

Allah SWT memberikan panduan dalam ayat tersebut mengenai bagaimana mengelola keuangan agar tidak boros, sehingga individu dapat memiliki simpanan untuk masa depan. Selain itu, melalui ayat tersebut, Allah memerintahkan untuk memanfaatkan alat dan pengetahuan literasi keuangan untuk

kebaikan. Dengan demikian, perilaku konsumtif akan menjadi terkendalikan.

4.4.2 Pengaruh Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

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

Penelitian ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh Prihastuty & Rahayuningsih, (2018a) dan Andira & Asiyah (2022) ditemukan hasil bahwa sikap keuangan mempengaruhi terhadap variabel perilaku konsumtif karena sikap seseorang memiliki cara pandang dan sikap yang berbeda mengenai uang. Seseorang mampu dipengaruhi uang sehingga berpikir dan bertindak secara irasional. Sikap terhadap uang bisa memunculkan sikap dan perilaku keserakahan, dendam, ketakutan, serta perilaku anti sosial. Seseorang mendefinisikan uang sebagai alat, setelah itu akan berpengaruh terhadap hal apa yang akan dilaksanakan. Sikap

keuangan memiliki kedudukan dalam pembelian kompulsif di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki sikap terhadap uang akan cenderung mempresepsikan uang menjadi alat untuk memenuhi seluruh keinginan yang dimiliki yang secara otomatis akan mengakibatkan adanya rasa menggunakan uangnya untuk berbelanja.

Dalam Al-Quran Q.S Az-Zumar ayat 9, Allah SWT menjelaskan bahwa orang-orang yang berilmu adalah mereka yang memanfaatkan serta mengamalkannya dengan benar. Jadi, antara ilmu dan perbuatan itu harus sesuai. Sebab, puncaknya ilmu adalah amal. Ketika berharap amal yang diperbuat bisa bermanfaat, maka harus dilakukan sesuai dengan ilmu.

أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ ۗ قُلْ

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۗ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۗ ٩

Artinya: “Apakah orang musyrik yang lebih beruntung ataukah orang yang beribadah pada waktu malam dalam keadaan bersujud, berdiri, takut pada (azab) akhirat, dan mengharapkan rahmat Tuhannya? Katakanlah (Nabi Muhammad), “Apakah sama orang-orang yang mengetahui (hak-hak Allah) dengan orang-orang yang tidak mengetahui (hak-hak Allah)?” Sesungguhnya hanya ululalbab (orang yang berakal sehat) yang dapat menerima pelajaran.”

Dengan demikian, sebagaimana dijelaskan dalam ayat tersebut, seseorang yang memiliki sikap keuangan yang baik harus mengaplikasikan kemampuan dan pengetahuannya mengenai keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini akan membantu memperbaiki perilaku konsumtif individu menjadi lebih baik.

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

Hasil pengujian menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) menunjukkan bahwa variabel *locus of control* memediasi antara pengaruh literasi keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang, dengan *p-value* sebesar 0,010. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, serta antara *locus of control* dengan literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

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

Hasil penelitian ini didukung oleh studi yang dilakukan (Siregar & Chairiah, 2022) dan (Izazi et al., 2020) yang mengatakan

bahwa *self control* yang ada dalam diri setiap individu dapat membentuk cara berpikir seseorang untuk dapat mengelola diri mereka sendiri dalam merespon peristiwa yang terjadi pada internal maupun external kehidupan.

Al-Qur'an mengajarkan kepada manusia untuk mengelola emosinya dengan cara menahan diri dari dari keinginan hawa nafsunya, sebagaimana firman Allah dalam Surat An-Nazi'at ayat 40-41 yang berbunyi:

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ ۖ ٤٠ فَإِنَّ الْجَنَّةَ هِيَ الْمَأْوَىٰ ٤١

Artinya: "Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya. Maka sungguh, surgalah tempat tinggalnya."

Dari ayat tersebut diketahui bahwa menahan diri dari keinginan nafsu merupakan inti dari ketaatan, karena nafsu adalah dorongan yang sangat kuat terhadap semua tindakan melanggar norma dan berlebihan. Menahan diri dari keinginan nafsu mendorong manusia untuk mengembangkan sifat kontrol diri. Manusia harus mampu mengontrol dirinya dan menahan diri dari dorongan nafsu yang dapat menyesatkan pada hal-hal yang tidak bermanfaat dan membawa kerugian serta membawa pada kesesatan karena sekedar menuruti kemauannya

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

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

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

Dalam ajaran Islam, orang yang memiliki pandangan positif akan selalu mempertimbangkan dampak jangka panjang dari pemikiran, opini, dan evaluasi mereka tentang keuangan mereka. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ

سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ٢٦١

Artinya: “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa

dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat-gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”

Memiliki sikap yang baik dalam mengelola uang sangat penting bagi seseorang. Ayat di atas memberikan contoh konkret betapa berharganya dan besarnya manfaat menyalurkan uang (bersedekah) di jalan Allah. Kekayaan pribadi seharusnya tidak hanya ditumpuk, tetapi juga disalurkan. Kekayaan bukanlah pengendali atau penyelesaian masalah, tetapi adalah amanah. Oleh karena itu, kekayaan yang baik adalah kekayaan yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Penyaluran kekayaan yang dimaksud bisa berupa investasi, sedekah, maupun infaq.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Kosumtif Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang secara positif dan signifikan.
2. Sikap Keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Kosumtif Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang secara positif dan signifikan.
3. Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Kosumtif Belanja *Online* yang dimediasi oleh *Locus of Control* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang
4. Sikap Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Kosumtif Belanja *Online* yang dimediasi oleh *Locus of Control* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

5.2 Saran

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

1. Bagi Mahasiswa

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

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Adinda Mayza Wiby Andira, & Binti Nur Asiyah. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Group Order By Oohstuf. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 465–478. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4453>
- Al Arif, N., & Imsar, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 406–428. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2293>
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Examining the Effect of Product Assortment and Price Discount Toward Online Purchase Decision of University Student in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(2), 99–104. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.99-104>
- Bagas Tripambudi, E. S. I. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, volume 7 (, 597–603.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, Volume 3 N, 297–302.
- Dewi Kumalasari, Y. H. S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.12 No., 61–71.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dilasari. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Lifestyle, Locus of Control dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 74–87. <http://www.ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/658>
- Fardhani, P. ., & Izzati, U. . (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja (studi pada siswa kelas IX SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 01(02), 1–7.

- Firdaus, A. B., & Pusposari, L. F. (2022). The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 8(2), 172–182.
<https://doi.org/10.18860/jpips.v8i2.15260>
- Fitriani, N. I., Umi, S., Widjaja, M., & Rahayu, W. P. (2021). *Consumption Rationality of Students in the Faculty of Economics Universitas Negeri Malang Viewed From*. 1(3), 232–241.
- Fuad Abdul Fattah, Mintasih Indriayu, S. S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi, Volume 4 N*, 11–21.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.
- Ghufron, R. R. dan N. (2011). *Teori-teori Psikologi*. Ar ruzz Media.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus Dedy Ansari Harahap Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213.
<https://doi.org/https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Indrabayu, A., & Destiwati, R. (2022). The Influence Of Intrapersonal Communication And Fear Of Missing Out On Hedonism In Generation Z In Denpasar Pengaruh Komunikasi Intrapersonal Dan Fear Of Missing Out Terhadap Hedonisme Pada Generasi Z Di Denpasar. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2169–2175.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun). *Review of Accounting and Business*, 1(1), 35–43.
<https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973>

- Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3), 1–8.
- Mardiana, V., & Rochmawati, R. (2020). Self-Control Sebagai Moderasi Antara Pengetahuan Keuangan, Financial Attitude, Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 83–98.
<https://doi.org/10.23917/jpis.v30i2.11872>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40.
<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Martono, & Sudarma. (2019). *Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior through Self-Control of Unisnu FEB College Students Jepara*. 8(37), 75–80.
- Mintarti, D. (2016). Citation: Dikria, Okky & Sri Umi Mintarti W (2016) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan. *The Effect of Financial Literacy and Self-Control On*, 09(2), 128–139.
<https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>
- Misgiyanto, A. (2018). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*.
- Mu'amala, R., & Wahjudi, E. (2021). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 883. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p06>
- N, K. A. (2018). Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Penggunaan Paket Kuota Internet. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 30–35. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i1.4524>
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, Financial Literacy, and Online Impulsive Buying: A Study on the Post Millennial Generation in a Pandemic Period. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 1–12.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.33774>
- Nisa, C. L. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015*. Universitas Negeri Semarang.

- Nuning Indah, P. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1 (2).
- Nurita Dewi, Rusdarti Rusdarti, S. S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, Volume 6 N, 29–35.
- OJK. (2016). *Salinan Peraturan Otoritas Jasa keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pambudhi, M. F. R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1).
- Perdana Oskar, D., Wenda Prinoya, R., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 11, 442–447. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing management* (15th ed gl). Pearson Education.
- Pradiningtyas, T. E., & Lukiasuti, F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Locus of Control dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(1), 96. <https://doi.org/10.24252/minds.v6i1.9274>
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Volume 9 N, 98–108.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Purwanto. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 196–215.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216–227. <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- R M Riadi, Srikartikowati, C. (2019). Perilaku Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Riau. *Jurnal FKIP*, 6(1), 1–8.
- Rahma, S. U. ., Bukhari, E., & Prasetyo, E. . (2022). Pengaruh Literasikeuangan, Pendapatan Dan Gaya hidup Terhadap Perilakukonsumtifbelanjaonlinepadamasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah*

Akuntansi Dan Manajemen (JIAM), 18(1), 49–56.

- Rindayani, R., Wiryaningtyas, D. P., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Di Desa Sliwung Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1185. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2315>
- Rini Prihastuty, D., & Rahayuningsih, S. (2018a). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya* , 03(02), 121–134. jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17
- Rini Prihastuty, D., & Rahayuningsih, S. (2018b). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya* , 03(02), 121–134.
- Rizkiawati, N. L., & Asandimitra, N. (2018). Pengaruh Demografi, Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus of Control Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 93–103.
- Safitri, S. N., & Mutmainah, K. (2023). “Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display dan Financial Attitude Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Impulse Buying Behaviour Konsumen (Studi Kasus pada Generasi Z Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo).” *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(2), 294–306.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sari, W. L., & Fakhruddiana, F. (2019). Internal locus of control, social support and academic procrastination among students in completing the thesis. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(2), 363–368. <https://doi.org/10.11591/ijere.v8i2.17043>
- Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial Socialization of First-year College Students: The Roles of Parents, Work, and Education. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(12), 1457–1470. <https://doi.org/10.1007/s10964-009-9432-x>
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran Harga Diri terhadap Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 10(2), 127. <https://doi.org/10.26740/jppt.v10n2.p127-138>

- Sina, G. P. (2014). Tips Kepribadian dalam Personal Finance. *Jurnal JIBEKA*, 8(1), 54–59.
- Siregar, Q. R., & Chairiah, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas *SOSEK: Jurnal Sosial Dan ...*, 3(2), 84–98.
<http://www.jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/sosek/article/view/286%0Ahttp://www.jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/sosek/article/viewFile/286/267>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. PT Bumi Aksara.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Suminar Eva, T. M. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona, Jyrrnal Psikologi Indonesia*, 4(2), 145–152.
- Syariifah, E. N., & Yuliana, I. (2022). Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Rasionalitas pada Mahasiswa Manajemen UIN Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 202–211.
<https://doi.org/10.37859/jae.v12i2.4277>
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 195–208.
- Ummah, S. M., Susyanti, J., & Priyono, A. A. (2022). Pengaruh Sikap Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Efikasi Diri Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Melalui Pengendalian Diri Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 19–32.
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wardani, L. A., & Fitrayati, D. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dengan locus of control sebagai variabel intervening. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5827–5836. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1894>
- Wicaksono, A. B., & Nuryana, I. (2020). Pengaruh Sikap Keuangan, Teman Sebaya, dan Kecerdasan Spiritual Melalui Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 940–958. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42352>

- Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2019). *The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A study on youth customer in Bandung*. 65(Icebef 2018), 639–642. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.136>
- Wulandari, D. A., & Adiba, E. M. (2018). Perilaku Pengelolaan Keuangan Dan Impulsive Buying Wanita Muslim Surabaya. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 318–328. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.39>
- Yuniarti, S. V. (2015). *Perilaku konsumem- Teori dan Praktik*. Pusataka Setia.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, 6(1), 11–26.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN: “PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* DENGAN *LOCUS OF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”.

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Andrea Nur Hidayah mahasiswi Program Studi S1 Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang menempuh tugas akhir untuk memenuhi syarat kelulusan studi S1 dengan melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Dengan *Locus of Control* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)”.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang aktif di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020-2021.
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang sudah mengampu mata kuliah manajemen keuangan dan mata kuliah keuangan lainnya.

Seluruh data responden dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja sehingga, mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner penelitian ini. Terima kasih atas perhatian, waktu, dan ketersediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Nama:

Program Studi/Jurusan:

Angkatan:

Jenis Kelamin:

Mohon pilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri anda masing-masing. Keterangan:

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

Pernyataan;

LITERASI KEUANGAN (X1)

1. Saya memiliki pengetahuan keuangan yang baik

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

2. Saya memahami cara membuat perencanaan keuangan pribadi

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

3. Saya mengetahui aspek-aspek dalam pengambilan kredit

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

4. Saya mengetahui dimana tempat belanja murah dalam menghemat
pengeluaran

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

5. Saya selalu mencatat uang untuk menabung setiap bulan

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

6. Saya menabung uang di bank karena lebih aman

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

7. Saya meyakini dengan berinvestasi akan membantu menghadapi krisis
ekonomi

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

8. Menurut saya investasi adalah tujuan keuangan di masa mendatang

Sangat Tidak Setuju **1 – 2 – 3 – 4 – 5** **Sangat Setuju**

SIKAP KEUANGAN (X2)

9. Saya selalu mencatat pendapatan setiap bulan

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

10. Saya mencatat pendapat untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran setiap bulan

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

11. Saya menghabiskan uang untuk keperluan sekunder (makanan, hiburan, dll)

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

12. Saya tidak bisa mengontrol pengeluaran setiap bulannya

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

13. Saya selalu menyisihkan pendapatan setiap bulan

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

14. Saya selalu menyisihkan pendapatan untuk berinvestasi

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

15. Saya selalu membayar hutang sesuai jatuh tempo

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

LOCUS OF CONTROL (Z)

16. Saya bisa mengendalikan diri dalam membeli barang

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

17. Saya bisa menahan diri untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

18. Saya mengutamakan pendapat sendiri daripada pendapat orang lain

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

19. Saya selalu berpikir lebih untuk memutuskan membeli suatu barang

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

20. Saya selalu rasional dalam mengambil keputusan

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

21. Saya mencari informasi suatu produk ketika akan membeli

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

22. Saya selalu tertarik membeli produk *buy one get one*

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

23. Saya membeli produk karena desain kemasan yang menarik

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

24. Saya selalu membeli produk yang asli dari *brand* terkenal

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

25. Saya sering membeli produk dengan harga mahal

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

26. Saya sering membeli produk di toko-toko terkenal

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

27. Saya sering membeli produk karena idola saya yang menjadi *brand ambassador*

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

28. Saya merasa bangga ketika menggunakan produk dengan harga mahal

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Sangat Setuju

29. Saya merasa nyaman menggunakan produk dengan merek terkenal

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 **Sangat Setuju**

30. Saya sering membeli produk yang sama (sudah punya sebelumnya)

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 **Sangat Setuju**

31. Saya suka menyetok produk yang sejenis

Sangat Tidak Setuju 1 – 2 – 3 – 4 – 5 **Sangat Setuju**

Lampiran 2 Data Kuesioner

Data Kuisisioner Literasi Keuangan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	3	3
5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	2	3	2	2	2	3
4	4	4	4	4	3	3	4
2	3	2	3	2	2	2	2
3	2	2	3	3	2	3	3
4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5
4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	2	3	3
5	4	4	5	4	5	4	5
4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	3	4	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	3	5
4	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5
4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4	3	3

5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	2	2	3	2	2	3
4	4	4	4	4	3	3	4
2	3	2	2	2	2	2	2
3	2	2	2	2	2	2	3
4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5
4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	2	2	3	3
5	4	4	5	4	5	4	5
4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	3	4	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	3	5
4	4	3	4	3	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4
2	2	2	2	2	3	2	2
5	5	5	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5
4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	3	4	4	4	3	4
4	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	3	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	4

5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	3	4	3	3	3	4
3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5

Data Kuisisioner Sikap Keuangan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7
5	5	5	4	4	4	5
3	3	3	4	4	3	4
4	4	5	5	4	5	5
2	2	2	2	2	2	3
4	3	3	3	3	3	4
3	3	2	2	2	1	3
2	2	3	3	2	2	3
3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4
4	3	4	4	3	4	4
2	3	3	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3
5	5	5	4	4	5	5
3	3	3	2	3	2	3
4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	4	3	4
4	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	4	4	4
2	1	2	1	2	1	2

5	4	4	5	5	4	5
3	3	2	3	2	3	3
5	4	5	5	5	4	5
4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	4
2	2	3	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	5
4	4	3	4	4	4	5
3	3	3	3	2	3	4
3	3	4	3	3	4	4
5	5	5	4	4	4	5
3	3	3	4	4	3	4
4	4	5	5	4	5	5
2	2	3	3	2	2	3
4	3	3	3	3	3	4
2	1	1	2	2	1	3
2	2	2	3	2	2	3
3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4
4	3	4	4	3	4	4
2	2	2	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3
5	5	5	4	4	5	5
3	3	3	2	3	2	3
4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	4	3	4
4	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	4	4	4
2	2	2	1	3	1	3
5	4	4	5	5	4	5
3	3	2	3	2	3	3
5	4	5	5	5	4	5
4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	4

2	2	3	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	5
4	4	3	4	4	4	5
3	3	3	3	2	3	4
3	3	4	3	3	4	4
3	3	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	4
5	5	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	4	3	4
2	3	3	3	3	3	4
5	4	5	5	4	5	5
4	4	3	4	3	3	4
5	5	5	4	5	4	5
3	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4
2	3	2	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	4
4	3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	2	3
4	3	4	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4	5

Data Kuisiner Locus of Control (Z)

Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6
5	5	5	4	4	4
3	3	3	4	4	3
4	4	5	5	4	5
2	2	2	3	2	2
4	3	3	3	3	3
2	3	2	3	2	1
1	2	3	2	3	2
3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4

4	3	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	4	3
5	5	5	4	4	5
3	3	3	2	3	2
4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3
4	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	4
2	2	1	2	1	3
5	4	5	5	4	5
3	3	3	3	2	3
5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	3	4
3	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	4
3	2	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4
5	5	4	4	4	5
2	3	2	2	2	3
4	3	3	3	3	4
2	3	2	2	2	2
2	2	3	2	2	3
3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	3	4
2	2	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	4	3
5	5	5	4	4	5

3	3	3	2	3	2
4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3
4	3	4	3	3	4
3	4	3	3	4	4
2	2	2	1	3	1
5	4	4	5	5	4
3	3	2	3	2	3
5	4	5	5	5	4
4	4	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
3	2	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4
4	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4
5	5	5	4	4	5
3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	3	4
5	4	5	5	4	5
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	5
4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	4	4
3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5

Data Kuisisioner Perilaku Konsumtif (Y)

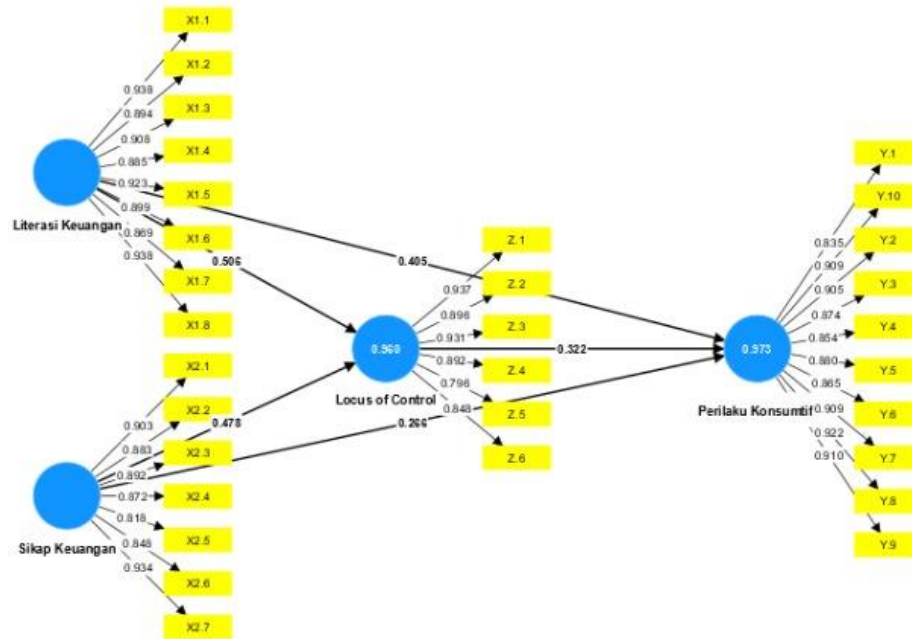
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	2	2	2	1	3	2	2	2	2
2	2	2	2	2	3	3	2	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	2	3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	2	1	2	1	2	2	2	2	2
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	5	4	4	5	4
3	3	3	2	3	4	3	3	4	3
3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	3	3	2	3	3

3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
2	3	2	3	2	2	2	2	3	2
3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
2	2	3	2	2	2	3	2	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	2	3	2	3	3	2
3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	3	4	5	3
3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
2	2	3	3	1	2	1	2	2	1
4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
2	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4

Lampiran 3 Hasil Analisis PLS

Hasil Output PLS Algoritm



Validitas dan Reabilitas Konstruk

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

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Keterangan
A	Literasi Keuangan (X1)			
1	X1.1		0.938	Valid
2	X1.2		0.894	Valid
3	X1.3		0.908	Valid

4	X1.4	0.885	Valid
5	X1.5	0.923	Valid
6	X1.6	0.899	Valid
7	X1.7	0.869	Valid
8	X1.8	0.938	Valid
B	Sikap Keuangan (X2)		
1	X2.1	0.903	Valid
2	X2.2	0.883	Valid
3	X2.3	0.892	Valid
4	X2.4	0.872	Valid
5	X2.5	0.818	Valid
6	X2.6	0.848	Valid
7	X2.7	0.934	Valid
C	Locus of Control (Z)		
1	Z.1	0.944	Valid
2	Z.2	0.921	Valid
3	Z.3	0.946	Valid
4	Z.4	0.890	Valid
5	Z.5	0.795	Valid
6	Z.6	0.845	Valid
D	Perilaku Konsumtif (Y)		
1	Y.1	0.835	Valid
2	Y.2	0.905	Valid
3	Y.3	0.874	Valid
4	Y.4	0.854	Valid
5	Y.5	0.880	Valid
6	Y.6	0.865	Valid
7	Y.7	0.909	Valid
8	Y.8	0.922	Valid
9	Y.9	0.910	Valid
10	Y.10	0.909	Valid

Hasil R-Square

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

Hasil Path Coeffitients

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

Lampiran 4 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama : Andrea Nur Hidayah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 26 Mei 2000
Alamat : Kedungsekar, Benjeng, Gresik
Email : andreanurh24@gmail.com
No. Telepon : 088235823590

Pendidikan Formal

2004-2006 : RA Wali Songo
2006-2012 : MIN 2 Kedungsekar
2012-2015 : SMPN 1 BENJENG
2015-2018 : SMAN 1 CERME

Pendidikan NonFormal

2019-2020 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2019-2020 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2020-2021 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

2015-2017 : Pengurus MPK OSIS

2020 : Volunteer Ecofest 2020 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

2020-2021 : Anggota Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Andrea Nur Hidayah
NIM : 19510076
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA ONLINE MELALUI LOCUS OF CONTROL
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	20%	18%	20%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Oktober 2023

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

