



**PENGARUH LOCUS CONTROL, E-MONEY DAN LITERASI**

**KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

**MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA**

**Salsa Dila Septiani Saputri**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

**Suprihatmi**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Alamat: Jl. Sumpah Pemuda No.18 Kadipiro Kota Surakarta

Korespondensi penulis: [salsa.dila1990@gmail.com](mailto:salsa.dila1990@gmail.com)

**Abstract** This study is a survey research conducted on Students of the Faculty of Economics dan Business, Slamet Riyadi University, Surakarta. The purpose of this study is to examine the influence of locus of control, e-money, dan financial literation on consumptive behavior. The type of data used is quantitative, dan the data source is primary data. Data collection was carried out by distributing questionnaires to the relevant respondents. The population in this study consists of Students of the Faculty of Economics dan Business, Slamet Riyadi University, Surakarta. The sampling technique used was proportional rdanom sampling, resulting in a sample of 96 respondents. The data were collected using questionnaires that had been tested for validity dan reliability. The data analysis techniques used include multiple linear regression, t-test, F-test, dan the coefficient of determination ( $R^2$ ).The results of the study show that locus of control has a significant effect on the consumer behavior of students of the Faculty of Economics dan Business Slamet Riyadi University Surakarta. E-money has a significant effect on the consumer behavior of students of the Faculty of Economics dan Business Slamet Riyadi University Surakarta. Financial literacy does not have a significant effect on the consumer behavior of students of the Faculty of Economics dan Business Slamet Riyadi University Surakarta. The coefficient of determination (adjusted R square) is 0.621, meaning that locus of control, e-money dan financial literation contribute 62.1% to consumptive behavior.

**Keywords:** *Locus of control, e-money, financial literation, consumptive behavior*

**Abstrak** Penelitian ini merupakan penelitian survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *locus of control*, *e-money*, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner peneliti kepada responden yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional rdanom sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 96 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *E-money* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,621 yang artinya sumbangan pengaruh *locus of control*, *e-money*, dan literasi keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 62.1%.

**Kata Kunci:** *Locus of control, e-money, literasi keuangan, perilaku konsumtif*

## **LATAR BELAKANG**

Di era globalisasi ini, teknologi berkembang dengan pesat dan mempengaruhi perekonomian suatu negara. Karena adanya teknologi, masyarakat dapat mengakses segala sesuatu dengan mudah, sehingga mereka menjadi konsumen (Fahriansah, Safarida, dan Midesia, 2023). Salah satu tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan rencana pembangunan di era globalisasi adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia. Hal tersebut diwujudkan dengan meningkatkan pendapatan melalui berbagai kegiatan perekonomian. Manusia pada dasarnya didorong oleh kebutuhan dan keinginan mereka yang tidak terbatas, sehingga mempengaruhi cara masyarakat Indonesia dalam mengelola keuangan dan menyebabkan mereka mengabaikan prinsip-prinsip keuangan (Syafii dan Setiyono, 2020).

Gubernur BI Perry Wijoyo menyatakan bahwa pada Januari 2024 Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi digital banking meningkat sebesar Rp 5.335,33 triliun atau tumbuh 17,19% year on year. Nominal transaksi QRIS tercatat tumbuh 149,46% year on year dan mencapai Rp 31,65 triliun, dengan pengguna 46,37 juta. Peningkatan transaksi digital menunjukkan masyarakat lebih memilih pembayaran non tunai. Alternatif pembayaran yang mudah dan efisien seperti e-money dan mobile banking semakin populer.

Penggunaan e-money telah meningkat dari waktu ke waktu, seiring perkembangan teknologi dan digitalisasi. Berbagai platform e-money menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, yang membuatnya semakin populer di kalangan konsumen. Berkembangnya sistem pembayaran diikuti oleh pertumbuhan ekonomi, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi konsumsi, tetapi kemajuan teknologi menjadikan sistem pembayaran berubah dari sebelumnya uang tunai menjadi non tunai (Ramadani, 2016). Inovasi digitalisasi bentuk uang tersebut mampu memberikan dampak yang positif dan dampak negatif untuk masyarakat sebagai pengguna electronic money. Salah satu sisi negatif tersebut adalah pemborosan. Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh e-money dapat menjerumuskan ke arah konsumtif.

Menurut berita Telset.id (09/10/2024), riset Lokadata.id menunjukkan 73% Gen Z dan milenial telah menjadi pengguna bank digital, dan 78% masyarakat menggunakan dompet digital seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja. Berkembangnya layanan digital dan fintech menjadi pilihan utama generasi muda karena fleksibilitas dan

kemudahan transaksi. Generasi Z, terutama mahasiswa, menunjukkan kecenderungan konsumtif untuk mengekspresikan diri dan mengikuti tren. Kemudahan akses e-commerce dan media sosial meningkatkan paparan iklan dan promosi. Gaya hidup cepat dan kebutuhan bersosialisasi membuat mereka mengalokasikan anggaran untuk pengalaman sosial.

Fenomena dalam penelitian kali ini adalah perkembangan teknologi yang mengakibatkan tingginya perilaku konsumtif mahasiswa dalam kemudahan bertransaksi. Iklan dan tren viral dari media sosial memengaruhi gaya hidup siswa. Mahasiswa sering terjebak dalam siklus belanja impulsif yang dapat memengaruhi keuangan pribadi dan tujuan akademik mereka. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI Surakarta tetap menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Kemudahan akses pembayaran digital dan pengaruh sosial memengaruhi keputusan keuangan mereka. Lemahnya kontrol diri serta keberadaan e-money menyebabkan mahasiswa tidak terkontrol dalam pengeluaran.

Penelitian ini mengangkat isu tentang *locus of control*, literasi keuangan, dan dampak teknologi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang mengelola keuangan sendiri cenderung memiliki sifat konsumtif karena kurangnya pengendalian diri, kemudahan transaksi, dan rendahnya literasi keuangan. Perilaku konsumtif menurut (Taqwa dan Mukhlis, 2022) adalah perilaku mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan dan tidak terencana, lebih dipengaruhi oleh keinginan daripada kebutuhan. Mahasiswa juga cenderung terlibat dalam perilaku konsumtif akibat kurangnya kontrol diri. *Locus of control* menjadi faktor penting mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang lemah cenderung mudah terpengaruh bujukan dan promosi (Maskhurin et al., 2022). Namun, hasil penelitian tentang pengaruh locus of control terhadap perilaku konsumtif masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda.

Menurut OJK (Widyasari, 2024), literasi keuangan menjadi modal penting generasi muda untuk menghindari gaya hidup konsumtif dan doom spending. Pengetahuan dan sikap positif terhadap uang akan meningkatkan kemampuan mengelola keuangan. Banyak mahasiswa belum memahami literasi keuangan, sehingga rentan terhadap risiko keuangan (Nainggolan, 2022). Oleh karena itu, peningkatan wawasan dan literasi keuangan di lingkungan kampus sangat penting agar mahasiswa dapat mengambil

keputusan keuangan secara bijak dan mengurangi perilaku konsumtif (Wardiningsih dan Wibowo, 2022; Amalia dan Hamdani, 2022).

Dengan demikian, perkembangan teknologi di era globalisasi telah mendorong perubahan sistem pembayaran dari tunai ke non-tunai, yang memudahkan transaksi namun juga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa. Khususnya mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI, meskipun memiliki latar belakang pendidikan ekonomi, tetap menunjukkan perilaku konsumtif akibat lemahnya pengendalian diri (*locus of control*), paparan tren gaya hidup modern, serta rendahnya literasi keuangan. E-money, media sosial, dan kemudahan akses transaksi digital menjadi faktor pendorong utama. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik sangat penting untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan dengan bijak dan menekan perilaku konsumtif yang berlebihan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. *Theory Of Planned Behavior (TPB)***

Icek Ajzen memperkenalkan Teori Perilaku Terencana (TPB) pada tahun 1991 sebagai pengembangan dari Teori Perilaku Beralasan (TRA) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang (Hatta, Baihaqi, dan Ramahdaniati, 2017). TPB digunakan di berbagai disiplin ilmu seperti sistem informasi, kesehatan, ekonomi, keuangan, dan manajemen sumber daya manusia. Sikap terhadap perilaku menurut Ajzen (dalam Maslim dan Danayani, 2023) adalah penilaian pribadi seseorang terhadap suatu perilaku, yang terbentuk dari keyakinan tentang hasil dan nilai hasil tersebut. Sikap ini menunjukkan niat untuk melakukan suatu tindakan.

Norma subjektif adalah tekanan sosial dari orang penting seperti teman dan keluarga yang mempengaruhi perilaku seseorang. Menurut Ajzen, norma subjektif mencakup persepsi individu tentang harapan orang lain dan motivasi untuk mematuhi harapan tersebut, yang dapat meningkatkan niat melakukan perilaku (Maslim dan Danayani, 2023). Kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan seseorang tentang kemampuannya melakukan suatu perilaku, meliputi kepercayaan diri, ketersediaan sumber daya, dan kendala situasional (Hatta, Baihaqi, dan Ramahdaniati, 2017). Persepsi kontrol yang tinggi akan meningkatkan niat untuk melakukan perilaku tersebut.

## **2. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah mengkonsumsi barang dan jasa melebihi kebutuhan untuk menunjukkan status sosial dan mendapatkan kepuasan (Dewi, Herawati, dan Adiputra, 2021). Menurut Az-Zahra dan Waluyo (2023), perilaku ini adalah gaya hidup membelanjakan uang tanpa pertimbangan. Perilaku konsumtif dipengaruhi tekanan sosial, emosional, dan rasional, serta didorong oleh media dan produksi massal setelah industrialisasi (Insana dan Johan, 2021). Pendidikan keuangan dan pengelolaan anggaran membantu mengontrol perilaku konsumtif. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif menurut (Paujiah dan Ariani, 2023) adalah sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena terdapat promo
- b. Membeli produk karena kemasan yang menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga
- e. Memakai produk karena unsur konformitas model iklan
- f. Membeli produk yang mahal menimbulkan rasa percaya diri
- g. Membeli produk lebih dari dua produk yang sejenis atau sama jenisnya

## **3. *Locus Of Control***

Menurut Robbins dalam penelitian (Diniah, Rosmanidar, dan Danriani, 2023), *locus of control* adalah tingkat dimana individu menganggap mereka mengendalikan nasibnya sendiri. *Locus of control* internal berarti percaya memiliki kendali atas kejadian dalam hidupnya, sedangkan *locus of control* eksternal percaya bahwa kekuatan luar seperti keberuntungan mengendalikan hidupnya. Menurut Ermawati (2017), *locus of control* adalah keyakinan tentang seberapa besar kontrol seseorang atas situasi hidupnya. Individu dengan *locus internal* merasa bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalannya, sedangkan yang eksternal percaya keberhasilan ditentukan faktor di luar kendali mereka. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *locus of control* menurut (Diniah et al., 2023) terdiri dari:

- a. Nasib
- b. Keberuntungan
- c. Sosial ekonomi
- d. Pengaruh dari orang lain

#### **4. *E-Money***

*E-money* adalah metode pembayaran di mana uang disetorkan terlebih dahulu dan disimpan dalam bentuk elektronik, namun tidak sebagai simpanan menurut Bank Indonesia (2018). Bank for International Settlement (BIS) menyatakan bahwa uang elektronik adalah produk stored value atau prepaid yang nilainya disimpan pada perangkat elektronik konsumen (Sari, Malik, dan Hidayat, 2020). Menurut Mengga (2023) dalam penelitian (Shiega et al., 2024), *e-money* memudahkan transaksi keuangan dan mendorong sikap konsumtif. Aplikasi *e-money* seperti Dana, Ovo, dan LinkAja dapat diakses tanpa keluar rumah, mewakili kemajuan teknologi yang mempermudah dan meningkatkan efisiensi transaksi ekonomi (Maulidina dan Kurniawati, 2022). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *e-money* menurut (Dewi, Herawati, dan Adiputra, 2021) adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat dan keuntungan teknologi informasi
- b. Memudahkan dalam penggunaan
- c. Kemudahan dalam mempelajari

#### **5. Literasi Keuangan**

Menurut Razen et al. (2021), literasi keuangan adalah semua pengetahuan, kesadaran, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat. Prasinta, Wiyono, dan Maulida (2023) menyatakan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola uang. Literasi keuangan meliputi kemampuan memahami situasi dan konsep keuangan serta menerapkannya untuk pengambilan keputusan efektif (Winarta, Djajadikerta, dan Wirawan, 2019). OJK menyebut literasi keuangan sebagai proses meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat dalam mengelola keuangan agar dapat merencanakan keuangan dengan baik, memilih produk sesuai kebutuhan, dan menghindari investasi merugikan (OJK, 2016). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi keuangan menurut (Veriwati, Relita, dan Pelipa, 2021) adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan umum keuangan
- b. Tabungan dan pinjaman
- c. Asuransi dan investasi

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan survei pada *locus of control*, *e-money* dan literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Alasan dipilihnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi sebagai tempat penelitian dikarenakan Fakultas Ekonomi memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman mengenai manajemen keuangan dan bagaimana cara mengatur keuangan terhadap pola perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Dengan mempertimbangkan izin penelitian yang diperoleh, data yang dikumpulkan dari responden akan dianalisis untuk menemukan sejauh mana variabel tersebut mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

### **2. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015: 14), data kuantitatif adalah data berbentuk angka atau data kualitatif yang diubah menjadi angka. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang berjumlah 2.197 Mahasiswa. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Menurut Sugiyono, (2015:14) mendefinisikan data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil penyebaran kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

### **3. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2015:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebanyak 2.197 mahasiswa, terdiri dari 459 mahasiswa program studi Akuntansi dan 1.738 mahasiswa program studi Manajemen (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI, 2024).

Menurut Sugiyono (2015:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Teknik pengambilan sampel dalam

penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Teknik pengambilan sampel *propotional random sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel yang memastikan setiap anggota dan populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Slamet Riyadi Surakarta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Instrumen**

Hasil uji validitas memperlihatkan kalau seluruh elemen pernyataan X1.1 sampai X1.4, X2.1 sampai X2.5, X3.1 sampai X3.5 dan Y1 sampai Y7 yang menggambarkan *locus of control* (X<sub>1</sub>), *e-money* (X<sub>2</sub>) literasi keuangan (X<sub>3</sub>) pada perilaku konsumtif (Y) yakni valid, sebab  $< 0,05$ . Hasil uji reliabilitas *locus of control* (X<sub>1</sub>) sebesar 0,755, *e-money* (X<sub>2</sub>) sebesar 0,788, literasi keuangan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,878, perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,872 sehingga besarnya nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ , maka variabel penelitian adalah reliable.

**Tabel I. Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolineritas	<i>Tolerance</i> : X <sub>1</sub> ( <i>Locus Of Control</i> ) = 0,498, X <sub>2</sub> ( <i>E-Money</i> ) = 0,460 dan X <sub>3</sub> ( <i>Literasi Keuangan</i> ) = 0,437 $> 0,10$ dan nilai variabel VIF X <sub>1</sub> ( <i>Locus Of Control</i> ) = 2,006, X <sub>2</sub> ( <i>E-Money</i> ) = 2,176 dan X <sub>3</sub> ( <i>Literasi Keuangan</i> ) = 2,288 $< 10$	Lulus Uji
Uji autokorelasi	<i>p-value</i> = 1,000 $> 0,05$	Lulus Uji
Uji heteroskedastisitas	<i>p-value</i> : variabel X <sub>1</sub> ( <i>Locus Of Control</i> ) = 0,183, X <sub>2</sub> ( <i>E-Money</i> ) = 0,434, X <sub>3</sub> ( <i>Literasi Keuangan</i> ) = 0,974 $> 0,05$	Lulus Uji
Uji normalitas	<i>p-value</i> = 0,200 $> 0,05$	Lulus Uji
Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolineritas	<i>Tolerance</i> : X <sub>1</sub> ( <i>Disiplin Kerja</i> ) = 0,993, X <sub>2</sub> ( <i>Komunikasi</i> ) = 0,355 dan X <sub>3</sub> ( <i>Lingkungan Kerja</i> ) = 0,356 $> 0,10$ dan nilai variabel VIF X <sub>1</sub> ( <i>Disiplin Kerja</i> ) = 1,007, X <sub>2</sub> ( <i>Komunikasi</i> ) = 2,818 dan X <sub>3</sub> ( <i>Lingkungan Kerja</i> ) = 2,806 $< 10$	Lulus Uji
Uji heteroskedastisitas	<i>p-value</i> : variabel X <sub>1</sub> ( <i>Disiplin Kerja</i> ) = 0,622, X <sub>2</sub> ( <i>Komunikasi</i> ) = 0,379, X <sub>3</sub> ( <i>Lingkungan Kerja</i> ) = 0,760 $> 0,05$	Lulus Uji
Uji normalitas	<i>p-value</i> = 0,200 $> 0,05$	Lulus Uji

Sumber: Data primer yang diolah 2025

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel II. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstdanardized Coefficients		Stdanardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.463	2.067		2.159	.034
Locus of Control (X <sub>1</sub> )	.593	.165	.348	3.590	.001
E-MONEY (X <sub>2</sub> )	.520	.134	.392	3.884	.000
LITERASI KEUANGAN (X <sub>3</sub> )	.207	.134	.160	1.546	.126

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Sumber Data: Data primer yang diolah 2025

Berdasarkan Tabel II diatas diperoleh Persamaan Regresi

$$Y = 4,463 + 0,593 X_1 + 0,520 X_2 + 0,207 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah:

1. Konsta (a) = 4,463 (positif)

Artinya : jika X<sub>1</sub> (*Locus of Control*), X<sub>2</sub> (*e-money*) dan X<sub>3</sub> (literasi keuangan) konstan maka Y (perilaku konsumtif) adalah positif.

2. b<sub>1</sub>= 0,593 *Locus of Control* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.

Artinya : jika *locus of control* meningkat maka Y (perilaku konsumtif) akan meningkat, dengan asumsi variabel X<sub>2</sub> (*e-money*) dan X<sub>3</sub> (literasi keuangan) konstan/tetap.

3. b<sub>2</sub>= 0,520 *E-Money* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.

Artinya : jika *e-money* meningkat maka Y (perilaku konsumtif) akan meningkat, dengan asumsi variabel X<sub>1</sub> (*Locus of Control*) dan X<sub>3</sub> (literasi keuangan) konstan/tetap.

4. b<sub>3</sub> = 0,207 Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.

Artinya : jika literasi keuangan meningkat maka Y (perilaku konsumtif) akan meningkat, dengan asumsi variabel X<sub>1</sub> (*Locus of Control*) dan X<sub>2</sub> (*e-money*) konstan/tetap.

**Tabel III. Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstdanardized Coefficients		Stdanardized Coefficients		
	B	Std.	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.463	2.067		2.159	.034
Locus of Control (X <sub>1</sub> )	.593	.165	.348	3.590	.001
E-MONEY (X <sub>2</sub> )	.520	.134	.392	3.884	.000
LITERASI KEUANGAN (X <sub>3</sub> )	.207	.134	.160	1.546	.126

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Sumber Data: Data primer yang diolah 2025

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

### 1. Pengaruh *Locus of Control* (X<sub>1</sub>) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *locus of control* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI diperoleh dengan nilai  $p$ -value (signifikansi) =  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan *locus of control* terhadap perilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  yang menyatakan bahwa “*Locus of Control* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta” terbukti kebenarannya.

### 2. Pengaruh *E-Money* (X<sub>2</sub>) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI diperoleh dengan nilai  $p$ -value (signifikansi) =  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  yang menyatakan bahwa “*E-Money* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta” terbukti kebenarannya.

**3. Pengaruh Literasi Keuangan (X<sub>3</sub>) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan  $\rho$ -value (signifikansi) =  $0,126 > 0,05$  maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, artinya literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>3</sub> yang menyatakan bahwa “Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta” tidak terbukti kebenarannya.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai *locus of control*, *e-money* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Locus of Control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
2. *E-Money* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
3. Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

**Saran**

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**a. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI**

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI harus lebih meningkatkan pemahaman terkait *locus of control*, mengutamakan kebutuhan dan kemampuan finansial, serta meningkatkan literasi keuangan agar mampu mengendalikan perilaku konsumtif dan tidak mudah tergoda oleh diskon, promosi, maupun kemudahan pembayaran.

**b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti gaya hidup, teman sebaya, uang saku, pendapatan, kondisi sosial ekonomi orang tua dan hedonisme. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau campuran, agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

**DAFTAR REFERENSI**

- Amalia, Naili, dan Muhammad Luthfi Hamdani. 2022. “Research on the Impact of Entrepreneurship Education on Employee Creativity from the Perspective of Career Environment Based on an Intermediary Model.” *Journal of Environmental dan Public Health* 2022 (5): 2224–33. <https://doi.org/10.1155/2022/1677620>.
- Danriani, Beid Fitrianova, Elyanti Rosmanidar, dan Zahratud Diniah. 2023. “Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Indonesian Journal of Islamic Economics dan Business* 8 (2): 409–26. <https://doi.org/10.30631/ijoeb.v8i2.2003>.
- Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, dan I Made Pradana Adiputra. 2021. “Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri.” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5 (1): 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.
- Diniah, Zahratud, Elyanti Rosmanidar, dan Beid Fitrianova Danriani. 2023. “Pengaruh Digital Payment ShopeePay Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Indonesian Journal of Islamic Economics dan Business* 8 (2): 409–26. <https://doi.org/10.30631/ijoeb.v8i2.2003>.
- Fahriansah, Fahriansah, Ndana Safarida, dan Shelly Midesia. 2023. “Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia.” *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 12 (2): 386. <https://doi.org/10.22373/share.v12i2.17453>.
- Hatta, Madani, Baihaqi, dan Resti Ramahdaniati. 2017. “Perilaku Berbagai Pengetahuan Akuntasi Pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu : Pendekatan Theory Of Planned Behavior ( TPB ) Universitas Bengkulu Kumpulan Keyakinan Seseorang ( Beliefs ) Persepsi Dari Seseorang Yang Berkeyakinan Selain Attitude toward Behavi.” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* <Https://Doi.Org/10.30871/Jaemb.V5i1.449> 5 (1): 26–44. <Https://Doi.Org/10.30871/Jaemb.V5i1.449>
- Insana, Dwi Rorin Mauludin, dan Ria Susanti Johan. 2021. “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *Relasi : Jurnal Ekonomi* 17 (2): 413–34. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>.
- Maskhurin, Ricky, IGAA Novi Ekayanti, dan Aliffia Ananta. 2022. “Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Locus of Control Pada Dewasa Awal Pengguna E-Commerce.” *Sukma : Jurnal Penelitian Psikologi* Juni 2022 3 (01): 51–59.

- Maslim, Anggelo Steven Windy, dan Sri Danayani. 2023. "Penerapan Metode Theory of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online." *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi* 7 (1): 7–14. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v7i1.1038>.
- Maulidina, Yuriza, dan Tri Kurniawati. 2022. "The Effect of E-Money, Economic Literacy dan Parents' Income on Consumptive Behavior." *Economic Education Analysis Journal* 11 (2): 191–200. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i2.54254>.
- Mengga, Grace Sriati, Mince Batara, dan Evi Rimpung. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja." *Jurnal Riset Akuntansi* 1 (1): 36–50. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i1.123>.
- OJK. 2016. [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/Document/buku\\_statistik\\_2016.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/Document/buku_statistik_2016.pdf).
- Paujiah, dan Lita Ariani. 2023. "Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat Di Kabupaten Kotabaru." *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan* 2 (2): 153–60. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKONTAN/article/view/1307>.
- Prasinta, Falena Ika, Gendro Wiyono, dan Alfiatul Maulida. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5 (6): 3028–38. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>.
- Ramadani, Laila. 2016. "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan* 8 (1): 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>.
- Razen, Michael, Jürgen Huber, Laura Hueber, Michael Kirchler, dan Matthias Stefan. 2021. "Financial Literacy, Economic Preferences, dan Adolescents' Field Behavior." *Finance Research Letters* 40 (April 2020).
- Shiega, Ferdy, Mas Intan Purba, Jodan Winston, dan Nur Aliah. 2024. "The Effect of Financial Literacy, Lifestyle, dan Electronic Money on the Consumptive Behaviour of Gen-z Generation Students." *Journal of Economic, Business dan Accounting Volume 7 Nomor 5 Tahun 2024 e-ISSN : 2597-5234* 7.
- Syafii, Mochamad, dan Wisnu Panggah Setiyyono. 2020. "Pengaruh Financial Literacy, Income, Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya" 2 (12): 992–1002. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12222p992-1002>.
- Veriwati, Silviana, Dassy Triana Relita, dan Emilia Dewiwati Pelipa. 2021. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi." *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi* 6 (1): 43–53. <https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1.1150>.

- Wardiningsih, S S, dan E Wibowo. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisri" *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)* Volume 22, No. 3, September 2022 22 (3):228.37.<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/8429%0Ahttps://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/8429/4936>.
- Widyasari. 2024. "OJK Ajak Generasi Muda Bijak Kelola Keuangan Melalui Literasi." 2024. <https://www.tempo.co/info-tempo/ojk-ajak-generasi-muda-bijak-kelola-keuangan-melalui-literasi-2314>.
- Winarta, Agatha Honggo, Hamfri Djajadikerta, dan Samuel Wirawan. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Journal of Accounting and Business Studies* 4 (2): 76–91. <https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.472>.