

Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee PayLater, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Mahasiswa

RINGKASAN SKRIPSI



Disusun Oleh:

Hendrika Gili Gesiradja

1118 30087

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2021

TUGAS AKHIR

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN SHOPEE *PAYLATER*, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

HENDRIKA GILI GESIRADJA

No Induk Mahasiswa: 111830087

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 14 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

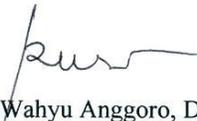
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Baldric Siregar, Prof., Dr., MBA., CMA., Ak., CA.

Penguji



Rusmawan Wahyu Anggoro, Dr., M.SA., Ak., CA.

Yogyakarta, 14 Januari 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta



Ketua
Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa tentu dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode survei. Adapun objek penelitian ini adalah mahasiswa yang suka berbelanja *online* dan pernah menggunakan Shopee PayLater. Sampel penelitian berjumlah 111 responden yang berasal dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa, penggunaan Shopee PayLater berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa, kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee PayLater, Gaya Hidup, Kontrol Diri, dan Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LATAR BELAKANG

Perkembangan saat ini memberikan dampak daya tarik bagi generasi muda yaitu dengan munculnya gaya *fashion*. Gaya *fashion* ini meliputi motif pada pakaian, celana, sepatu, hijab, aksesoris, dan lain-lain. Hal ini menimbulkan dampak bagi generasi muda untuk meningkatkan perilaku konsumtif berbelanja. Saat ini kebanyakan bisnis dilakukan secara *online* dikarenakan adanya masa pandemi. Para pengusaha menggunakan *social* media untuk memperdagangkan produk yang akan dijual. *Social* media dipilih karena masyarakat pada umumnya menggunakan media-media tersebut untuk mencari informasi.

Aplikasi Tiktok merupakan salah satu contoh media perdagangan yang menguntungkan dan memikat konsumen. Konten yang dibuat berupa video unik dan menarik siapa saja yang menonton untuk membeli barang tersebut. Tidak lupa juga pebisnis akan menawarkan berbagai promo dan menjelaskan kualitas dari setiap produk yang dipasarkan. Nantinya, setelah menonton dan kemudian tertarik konsumen akan mencari informasi lewat kolom komentar ataupun bio dari pengguna akun tersebut. Remaja saat ini diharapkan lebih cermat dan bijak dalam mengelola keuangan pribadinya. Selain itu juga, mereka diwajibkan meningkatkan kontrol diri agar perilaku konsumtif dalam berbelanja tidak menjadi dampak negatif. Kewajiban untuk menabung perlu lebih ditingkatkan agar dapat berguna di hari mendatang. Dalam penggunaan media informasi dan komunikasi harus lebih bermanfaat dengan mempertimbangkan terlebih dahulu apa yang akan menjadi dampak positif serta negatif dari penggunaannya.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Consumer Behavior Theory

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Teori ini menjelaskan tentang tindakan atau perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen saat sedang melakukan pembelian, memakai, mengevaluasi, serta mengurangi barang yang disukai sebagai kepuasan kebutuhan (Bliemel, 2001). Konsumen mempunyai berbagai macam kehendak dan keinginan sebagai kebutuhan, hal tersebut dipengaruhi oleh perilaku pembelian. Agar penjual dapat mengetahui transaksi jual beli dilakukan dengan efektif maka, harus mengetahui perilaku konsumen. *Consumer behavior* lebih terfokus tentang bagaimana konsumen mengambil tindakan berupa sebuah keputusan saat pembelian terjadi.

Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Perilaku yang didasari karena keinginan melainkan tidak melalui pertimbangan yang rasional disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan kemauan saat mengonsumsi barang yang tidak dibutuhkan demi meningkatkan kepuasan yang optimal, serta menggambarkan perilaku seseorang dalam menggunakan uang. Berbelanja *online* adalah transaksi yang menyediakan barang atau jasa melalui media *online* atau jejaring sosial. Kemauan konsumen dalam berbelanja menggunakan uangnya di toko *online* untuk memperoleh sebuah barang atau jasa juga disebut sebagai berbelanja *online*. Berbelanja *online* dapat dilakukan dengan memesan barang atau jasa menggunakan internet kepada penjual, kemudian dilanjutkan dengan proses pembayaran dengan metode COD atau transfer via bank. Di masa pandemi seperti ini, berbelanja *online* dijadikan sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, tanpa harus bertemu antara penjual dan pembeli proses transaksi pembelian dapat terwujud dengan melalui internet.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pemahaman bagaimana seseorang mengelola keuangan guna membantu kesejahteraan di masa yang akan datang. Tujuan utamanya untuk memberi pengetahuan dalam hal keuangan agar dapat mengatur dengan lebih bijak. Berdasarkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penelitian (Dewi, 2017) pemahaman tersebut digambarkan kepada individu dengan pengetahuan dan penggunaan keuangan yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Saat akan mengambil keputusan yang bijak berkaitan dengan pengelolaan dan penggunaan, literasi keuangan berperan dalam kemampuan individu dalam membuat sebuah penilaian agar terhindar dari masalah keuangan.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan faktor dari kebutuhan sekunder seseorang yang akan beralih tergantung adanya perubahan tren terbaru atau adanya kebutuhan dalam memenuhi *lifestyle* seseorang. Perubahan tersebut salah satunya adalah bagaimana seseorang menggunakan uang saat berbelanja. Perkembangan teknologi saat ini, meningkatkan adanya perkembangan *e-commerce* yang berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang. Misalnya kaum milenial yang menggunakan sosial media dalam berbelanja *online* dengan menggunakan aplikasi Shopee. Pada aplikasi Shopee ada beberapa fitur layanan yang diberikan demi memudahkan pengguna salah satunya fitur Shopee PayLater. Kaum muda tentunya akan tertarik untuk mencoba fitur tersebut dalam memenuhi kebutuhan *lifestyle* sesuai tren terbaru saat ini apalagi, didukung dengan adanya banyak promosi yang ditawarkan. Maka dari itu harus ada perhatian terhadap faktor gaya hidup seseorang.

Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan pengendalian diri yang berkaitan dengan keyakinan dari dalam diri seseorang yang beranggapan bahwa perilaku dan karakter berasal dari dalam dirinya sendiri. Adanya perkembangan *fintech* mengubah gaya hidup kaum muda dalam berbelanja. Hal tersebut dilihat dari banyaknya jumlah pengguna internet yang kemudian memberikan dampak pada perilaku berbelanja yang tidak semestinya. Misalnya seseorang yang membeli barang tanpa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

didasari kebutuhan justru atas dasar keinginan, hal tersebut karena adanya pengaruh dari pergaulan dan lingkungan sekitar. Apabila seseorang dapat mengendalikan dirinya dalam berperilaku berbelanja, maka dampak serta resiko konsumtif dapat teratasi. Hal tersebut didukung dengan adanya kontrol diri saat mengatur seseorang untuk bertindak secara positif saat berbelanja.

Penggunaan Shopee PayLater

Shopee PayLater merupakan layanan *online* yang hampir sama dengan kartu kredit mempermudah seseorang yang akan melakukan pembelian dengan keuangan yang tidak cukup atau kurang tetapi sangat memerlukan produk yang tersedia pada *e-commerce* tersebut. Metode ini memperbolehkan pengguna membayar produk yang telah dibeli secara bertahap sampai jatuh tempo yang telah disepakati. Fitur ini diberikan oleh PT Commerce Finance dan perusahaan jasa keuangan lainnya dalam memberikan pinjaman bagi konsumen yang bertransaksi di Shopee. Adapun fitur ini telah diawasi dan terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Model Penelitian



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$PK = \alpha + \beta_1.LK + \beta_2.PS + \beta_3.GH + \beta_4.KD + e$$

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh peneliti secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Metode dan teknik yang akan dilakukan untuk pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini akan disebar secara *online* melalui *google form* kepada responden yang merupakan mahasiswa. Kemudian responden diharapkan untuk dapat memberikan penilaian terhadap pernyataan pada *google form* yang telah dibagi. Pernyataan yang ada pada *google form* disusun berdasarkan indikator pada variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup, kontrol diri dan perilaku konsumtif berbelanja online.

Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah pada populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota sampel. Penelitian ini menggunakan jenis pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang ditemui oleh peneliti serta memiliki kriteria yang sesuai.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner adapun variasi jawaban responden yang berbelanja *online* sebagai berikut:

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	78	69,4%
Laki-laki	33	30,6%
Total	111	100%

Klasifikasi Responden yang Berbelanja *Online*

Suka Berbelanja Online	Frekuensi	Persentase
Ya	106	96,6%
Tidak	5	3,4%
Total	111	100%

Klasifikasi Responden yang Pernah Menggunakan Shopee PayLater

Penggunaan Shopee PayLater	Frekuensi	Persentase
Pernah	111	100%
Belum pernah	-	-
Total	111	100%

Analisis Deskriptif Variabel

Deskriptif Variabel Literasi Keuangan

Pernyataan	Jumlah Responden	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
LK1	111	1	5	4,22	0,89
LK2	111	1	5	4,29	0,85
LK3	111	1	5	3,82	0,98
LK4	111	1	5	4,06	0,88
LK5	111	1	5	3,53	1,18
LK6	111	1	5	3,97	0,93
LK7	111	1	5	3,73	0,95
LK8	111	1	5	4,18	0,96
LK9	111	1	5	3,86	1,02

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Deskriptif Variabel Penggunaan Shopee PayLater

Pernyataan	Jumlah Responden	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
PS1	111	1	5	3,95	1,00
PS2	111	1	5	3,82	1,02
PS3	111	1	5	3,87	1,05
PS4	111	1	2	3,36	1,29
PS5	111	1	2	3,58	1,30

Deskriptif Variabel Gaya Hidup

Pernyataan	Jumlah Responden	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
GH1	111	1	5	3,71	1,14
GH2	111	1	5	3,41	1,30
GH3	111	1	5	3,80	1,06
GH4	111	1	5	3,89	1,04
GH5	111	1	5	3,83	0,97
GH6	111	1	5	3,61	1,17
GH7	111	1	5	3,93	1,08

Deskriptif Variabel Kontrol Diri

Pernyataan	Jumlah Responden	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
KD1	111	1	5	3,88	1,00
KD2	111	1	5	3,84	1,17
KD3	111	1	5	3,66	1,10
KD4	111	1	5	3,96	1,08
KD5	111	1	5	4,01	1,04
KD6	111	1	5	3,95	1,05
KD7	111	1	5	3,91	0,99
KD8	111	1	5	3,87	1,11

Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif

Pernyataan	Jumlah Responden	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
PK1	111	1	5	3,77	1,16
PK2	111	1	5	4,11	1,07
PK3	111	1	5	3,61	1,11
PK4	111	1	5	3,49	1,09
PK5	111	1	5	3,43	1,16

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PK6	111	1	5	3,35	1,26
PK7	111	1	5	4,11	0,88
PK8	111	1	5	3,73	1,18
PK9	111	1	5	3,72	1,10
PK10	111	1	5	3,65	1,17
PK11	111	1	5	3,57	1,17
PK12	111	1	5	3,31	1,19
PK13	111	1	5	3,79	1,10
PK14	111	1	5	3,42	1,28
PK15	111	1	5	3,49	1,30
PK16	111	1	5	3,43	1,23
PK17	111	1	5	3,56	1,21
PK18	111	1	5	3,51	1,12
PK19	111	1	5	3,55	1,18
PK20	111	1	5	3,68	1,15
PK21	111	1	5	3,45	1,29

Hasil Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas untuk variabel literasi keuangan pada tabel berdasarkan olah data SPSS sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Variabel	Kode Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	t_{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan	LK1	0,665	0,186	Valid
	LK2	0,772	0,186	Valid
	LK3	0,686	0,186	Valid
	LK4	0,573	0,186	Valid
	LK5	0,668	0,186	Valid
	LK6	0,659	0,186	Valid
	LK7	0,649	0,186	Valid
	LK8	0,716	0,186	Valid
	LK9	0,733	0,186	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dapat dilihat bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner untuk variabel literasi keuangan memiliki nilai *Pearson Correlation* atau $r_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk item pernyataan pada variabel literasi keuangan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Shopee PayLater

Variabel	Kode Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	t_{tabel}	Keterangan
Penggunaan Shopee PayLater	PS1	0,767	0,186	Valid
	PS2	0,692	0,186	Valid
	PS3	0,834	0,186	Valid
	PS4	0,810	0,186	Valid
	PS5	0,786	0,186	Valid

Dapat dilihat bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner untuk variabel penggunaan Shopee PayLater memiliki nilai *Pearson Correlation* atau $r_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk item pernyataan pada variabel penggunaan Shopee PayLater dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

Variabel	Kode Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	t_{tabel}	Keterangan
Gaya Hidup	GH1	0,649	0,186	Valid
	GH2	0,636	0,186	Valid
	GH3	0,797	0,186	Valid
	GH4	0,770	0,186	Valid
	GH5	0,632	0,186	Valid
	GH6	0,613	0,186	Valid
	GH7	0,739	0,186	Valid

Dapat dilihat bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner untuk variabel gaya hidup memiliki nilai *Pearson Correlation* atau $r_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, sehingga dapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

disimpulkan bahwa untuk item pernyataan pada variabel gaya hidup dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Hasil Uji Validitas Variabel Kontrol Diri

Variabel	Kode Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	t_{tabel}	Keterangan
Kontrol Diri	KD1	0,711	0,186	Valid
	KD2	0,733	0,186	Valid
	KD3	0,631	0,186	Valid
	KD4	0,837	0,186	Valid
	KD5	0,840	0,186	Valid
	KD6	0,834	0,186	Valid
	KD7	0,796	0,186	Valid
	KD8	0,798	0,186	Valid

Dapat dilihat bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner untuk variabel kontrol diri memiliki nilai *Pearson Correlation* atau $r_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk item pernyataan pada variabel kontrol diri dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Berbelanja Online

Variabel	Kode Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	t_{tabel}	Keterangan
Perilaku Konsumtif Berbelanja Online	PK1	0,567	0,186	Valid
	PK2	0,569	0,186	Valid
	PK3	0,619	0,186	Valid
	PK4	0,770	0,186	Valid
	PK5	0,768	0,186	Valid
	PK6	0,696	0,186	Valid
	PK7	0,585	0,186	Valid
	PK8	0,747	0,186	Valid
	PK9	0,740	0,186	Valid
	PK10	0,736	0,186	Valid
	PK11	0,741	0,186	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	PK12	0,814	0,186	Valid
	PK13	0,706	0,186	Valid
	PK14	0,735	0,186	Valid
	PK15	0,781	0,186	Valid
	PK16	0,789	0,186	Valid
	PK17	0,712	0,186	Valid
	PK18	0,771	0,186	Valid
	PK19	0,798	0,186	Valid
	PK20	0,667	0,186	Valid
	PK21	0,637	0,186	Valid

Dapat dilihat bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner untuk variabel perilaku konsumtif berbelanja *online* memiliki nilai *Pearson Correlation* atau $r_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk item pernyataan pada variabel perilaku konsumtif berbelanja *online* dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas untuk variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif berbelanja *online* pada tabel berdasarkan olah data SPSS sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Syarat	Keterangan
Literasi Keuangan (LK)	0,852	0,70	Reliabel
Penggunaan Shopee PayLater (PS)	0,833	0,70	Reliabel
Gaya Hidup (GH)	0,812	0,70	Reliabel
Kontrol Diri (KD)	0,906	0,70	Reliabel
Perilaku Konsumtif Berbelanja <i>Online</i> (PK)	0,951	0,70	Reliabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dapat dilihat bahwa setiap butir pernyataan pada kuesioner untuk variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif berbelanja *online* memiliki nilai *Cronbach Alpha* yaitu menunjukkan nilai $> 0,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk item pernyataan pada variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup, kontrol diri, dan perilaku konsumtif berbelanja *online* dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam instrumen penelitian.

Hasil Uji Normalitas

Berikut hasil uji normalitas untuk variabel literasi keuangan pada tabel berdasarkan olah data SPSS sebagai berikut:

Hasil Uji Normalitas Variabel Literasi Keuangan

<i>Asymptotic Significance 2-tailed</i>	Keterangan
0,305	Terdistribusi Normal

Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel literasi keuangan mempunyai nilai regresi terdistribusi normal karena nilai *Asymptotic Significance 2-tailed* sebesar $0,305 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan model regresi penelitian ini terdistribusi normal serta layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya dengan dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov Test.

Hasil Uji Normalitas Variabel Penggunaan Shopee PayLater

<i>Asymptotic Significance 2-tailed</i>	Keterangan
0,750	Terdistribusi Normal

Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel penggunaan Shopee PayLater mempunyai nilai regresi terdistribusi normal karena nilai *Asymptotic Significance 2-tailed* sebesar $0,750 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan model regresi penelitian ini terdistribusi normal serta layak untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

digunakan pada penelitian selanjutnya dengan dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov Test.

Hasil Uji Normalitas Variabel Gaya Hidup

<i>Asymptotic Significance 2-tailed</i>	Keterangan
0,875	Terdistribusi Normal

Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel gaya hidup mempunyai nilai regresi terdistribusi normal karena nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar $0,875 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan model regresi penelitian ini terdistribusi normal serta layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya dengan dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov Test.

Hasil Uji Normalitas Variabel Kontrol Diri

<i>Asymptotic Significance 2-tailed</i>	Keterangan
0,612	Terdistribusi Normal

Dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kontrol diri mempunyai nilai regresi terdistribusi normal karena nilai *Asymptotic Significance 2-tailed* sebesar $0,612 > 0,05$. Sehingga dapat dikatakan model regresi penelitian ini terdistribusi normal serta layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya dengan dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov Test.

Hasil Uji Multikolinearitas

Berikut hasil uji multikolinearitas untuk variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup kontrol diri dan perilaku konsumtif berbelanja *online* pada tabel berdasarkan olah data SPSS sebagai berikut:

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan	0,529	1,889	Tidak terjadi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

			multikolinearitas
Penggunaan Shopee PayLater	0,529	1,890	Tidak terjadi multikolinearitas
Gaya Hidup	0,564	1,774	Tidak terjadi multikolinearitas
Kontrol Diri	0,546	1,833	Tidak terjadi multikolinearitas

Dapat dilihat bahwa nilai VIF dari variabel literasi keuangan yaitu $1,889 < 10$ dengan nilai *Tolerance* yaitu $0,529 > 0,10$ yang berarti variabel literasi keuangan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF dari variabel penggunaan Shopee PayLater yaitu $1,890 < 10$ dengan nilai *Tolerance* yaitu $0,529 > 0,10$ yang berarti variabel penggunaan Shopee PayLater tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF dari variabel gaya hidup yaitu $1,774 < 10$ dengan nilai *Tolerance* yaitu $0,564 > 0,10$ yang berarti variabel gaya hidup tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF dari variabel kontrol diri yaitu $1,833 < 10$ dengan nilai *Tolerance* yaitu $0,546 > 0,10$ yang berarti variabel kontrol diri tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut hasil uji heteroskedastisitas untuk variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup kontrol diri dan perilaku konsumtif berbelanja *online* pada tabel berdasarkan olah data SPSS sebagai berikut:

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Signifikan</i>	Syarat	Keterangan
Literasi Keuangan	0,410	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Penggunaan Shopee PayLater	0,464	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Gaya Hidup	0,167	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kontrol Diri	0,109	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
--------------	-------	------	-----------------------------------

Dapat diketahui hasil output uji glejser yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan yaitu 0,410 lebih besar dari 0,05 yang berarti model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel penggunaan Shopee PayLater yaitu 0,464 lebih besar dari 0,05 yang berarti model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel gaya hidup yaitu 0,167 lebih besar dari 0,05 yang berarti model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel kontrol diri yaitu 0,109 lebih besar dari 0,05 yang berarti model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial dengan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,506	13,196		0,872	0,385
	Literasi Keuangan	- 0,212	0,194	- 0,080	- 1,096	0,276
	Penggunaan Shopee PayLater	- 0,419	0,592	- 0,046	- 0,708	0,481
	Gaya Hidup	2,244	0,241	0,689	9,306	0,000
	Kontrol Diri	- 0,183	0,208	- 0,060	- 0,881	0,381

Nilai dari koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan sebesar -0,212 yang berarti setiap adanya kenaikan 1% pada literasi keuangan tentu dapat menurunkan perilaku konsumtif berbelanja *online* di kalangan mahasiswa sebesar 0,212. Sedangkan t_{hitung} dari literasi keuangan sebesar $-1,096 < 1,982$ dengan nilai signifikan yaitu $0,276 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa.

Nilai dari koefisien regresi untuk variabel penggunaan Shopee PayLater sebesar -0,419 yang berarti setiap adanya kenaikan 1% pada penggunaan Shopee PayLater tentu dapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menurunkan perilaku konsumtif berbelanja *online* di kalangan mahasiswa sebesar 0,419. Sedangkan t_{hitung} dari penggunaan Shopee PayLater sebesar $-0,708 < 1,982$ dengan nilai signifikan yaitu $0,481 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa.

Nilai dari koefisien regresi untuk variabel gaya hidup sebesar 2,244 yang berarti setiap adanya kenaikan 1% pada gaya hidup tentu dapat meningkatkan perilaku konsumtif berbelanja *online* di kalangan mahasiswa sebesar 2,244. Sedangkan t_{hitung} dari gaya hidup sebesar $9,306 > 1,982$ dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa.

Nilai dari koefisien regresi untuk variabel kontrol diri sebesar -0,183 yang berarti setiap adanya kenaikan 1% pada kontrol diri tentu dapat menurunkan perilaku konsumtif berbelanja *online* di kalangan mahasiswa sebesar 0,183. Sedangkan t_{hitung} dari kontrol diri sebesar $-0,881 < 1,982$ dengan nilai signifikan yaitu $0,381 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa.

Berikut hasil uji f untuk variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup kontrol diri pada tabel berdasarkan olah data SPSS sebagai berikut:

Hasil Uji Pengaruh Serempak dengan Uji f

df	f_{hitung}	Signifikan
4	34,121	0,000(a)

F_{hitung} yaitu 34,121 dengan tingkat signifikan 0,000 sedangkan f_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 95% pada $\alpha = 0,05$ yaitu 2,45. Maka dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} $34,121 > f_{tabel}$ 2,45 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup, dan kontrol diri secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,750(a)	0,563	0,546	11,778

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,546 yang berarti variabel literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater, gaya hidup dan kontrol diri berkontribusi sebesar 54,6% terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa. Sisanya yaitu 45,4% diperkirakan dipengaruhi oleh variabel lain yang mungkin tidak terdapat pada model penelitian ini.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Mahasiswa saat ini telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga dapat membantu terhindar dari adanya masalah keuangan. Artinya apabila mahasiswa meningkatkan literasi keuangannya tentu perilaku konsumtif berbelanja *online* akan menurun, sebaliknya apabila mahasiswa menurunkan literasi keuangannya tentu perilaku konsumtif berbelanja *online* akan meningkat sehingga hipotesis yang pertama diterima. Variabel literasi keuangan juga mendukung diterimanya hipotesis ini berdasarkan hasil uji analisis deskriptif. Rata-rata responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia menyatakan sangat setuju pada pernyataan variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif berbelanja *online*. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa pada umumnya mempunyai pengetahuan keuangan yang baik. Perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan, hal ini dikarenakan literasi keuangan adalah pengetahuan serta pemahaman mahasiswa saat memberi keputusan keuangan yang lebih efektif. Sehingga pemahaman mengenai literasi keuangan tentu sangat penting dalam membentuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perilaku konsumtif mahasiswa. Jika literasi keuangan mahasiswa terus ditingkatkan akan berpengaruh langsung dalam mengurangi perilaku konsumtif berbelanja *online*.

Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Shopee PayLater bisa berdampak buruk apabila digunakan tanpa adanya pemikiran terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan banyak mahasiswa yang tidak memiliki penghasilan tetap. Apabila penggunaan Shopee PayLater meningkat maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif tentu akan berkurang karena penggunaan fitur tersebut meningkatkan perilaku berhutang dalam transaksi pembelian. Sebaliknya apabila penggunaan Shopee PayLater menurun maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif tentu akan meningkat karena bisa saja transaksi pembelian dilakukan tanpa cicilan ataupun hutang sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini diterima. Peningkatan penggunaan Shopee PayLater berdampak buruk apabila dilakukan tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu. Hal ini didasari karena mahasiswa pada umumnya belum memiliki penghasilan yang tetap, jika mereka memiliki pola hidup yang konsumtif mereka akan menganggap sepele terhadap tagihan Shopee PayLater ini. Apabila mahasiswa terlambat membayar tagihan Shopee PayLater hal ini akan menyebabkan mereka terlilit hutang dan terjebak kesulitan dalam membayar karena tidak mempunyai penghasilan sendiri. Sehingga mahasiswa saat ini diharapkan lebih pintar dan cermat dalam mengelola keuangan selain itu juga lebih giat dalam menabung agar bermanfaat di kemudian hari.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Gaya hidup mahasiswa saat ini lebih terlihat konsumtif setelah hadirnya *online shop*. Mahasiswa selalu ingin berpenampilan menarik saat sedang memakai produk *fashion* yang bermerek, menginginkan kehidupan yang lebih glamor dan selalu mengikuti tren terbaru. Mahasiswa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

merasa tertarik melakukan pembelian secara *online*, karena adanya efisiensi waktu. Hal ini berarti jika gaya hidup semakin meningkat maka perilaku konsumtif berbelanja *online* juga ikut meningkat. Sebaliknya jika gaya hidup semakin menurun maka perilaku konsumtif berbelanja *online* juga ikut menurun sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Hipotesis juga didukung dengan adanya hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa rata-rata responden yang merupakan mahasiswa yang berasal dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia yang menjawab setuju di setiap item pernyataan pada variabel gaya hidup dan perilaku konsumtif berbelanja *online*. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup mahasiswa saat ini meningkat sehingga memicu perilaku konsumtif berbelanja. Perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa dapat dipengaruhi oleh gaya hidup, karena gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan ketika sedang membelanjakan uangnya dan bagaimana mengatur waktunya. Gaya hidup mahasiswa diukur dengan aktivitas, minat serta opini mereka. Kesimpulannya jika seorang mahasiswa memiliki gaya hidup yang tinggi tentu akan meningkatkan perilaku konsumtif berbelanja *online*.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Mahasiswa berbelanja secara *online* saat ini agar mengurangi penyebaran virus covid-19. Hadirnya kemudahan dalam kegiatan transaksi pembelian ini kemudian menjadikan mahasiswa lebih mengontrol diri dalam memenuhi kepuasan saat berbelanja. Artinya apabila mahasiswa meningkatkan kontrol dirinya tentu perilaku konsumtif berbelanja *online* akan menurun, sebaliknya apabila mahasiswa menurunkan kontrol dirinya tentu perilaku konsumtif berbelanja *online* akan meningkat sehingga hipotesis yang keempat diterima. Perilaku konsumtif berbelanja *online* dapat dipengaruhi oleh kontrol diri, hal ini dikarenakan adanya kecakapan seseorang saat membaca keadaan diri serta lingkungannya. Dengan adanya kontrol diri dapat mendorong

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penghematan dan menekan perilaku konsumtif saat berbelanja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa dilihat dari bagaimana mereka dapat mengontrol dan menekan diri untuk lebih hemat.

SIMPULAN

1. Mahasiswa telah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga dapat membantu terhindar dari adanya masalah keuangan. Saat hendak melakukan kegiatan transaksi pembelian secara *online* maka, mahasiswa akan melakukan pembelian dengan jangkauan harga yang lebih murah.
2. Penggunaan Shopee PayLater saat berbelanja *online* di kalangan mahasiswa hanya sebagai alternatif dalam situasi mendesak saat memenuhi kebutuhan. Mahasiswa yang pernah menggunakan fitur tersebut tidak menyarankan kepada sesama mahasiswa yang tentu belum memiliki penghasilan tetap karena dapat meningkatkan perilaku berhutang.
3. Berbelanja secara *online* dilakukan oleh mahasiswa saat ini untuk menjaga penampilan serta popularitas dalam pergaulan sehari-hari sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman.
4. Mahasiswa berbelanja secara *online* saat ini agar mengurangi penyebaran virus covid-19. Hadirnya kemudahan dalam kegiatan transaksi pembelian ini kemudian menjadikan mahasiswa lebih mengontrol diri dalam memenuhi kepuasan saat berbelanja. Kegiatan transaksi dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti ingin memberikan beberapa saran:

1. Hasil penelitian diketahui bahwa pernyataan pada variabel perilaku konsumtif berbelanja *online* banyak yang menjawab setuju. Artinya mahasiswa saat ini memiliki tingkat perilaku konsumtif berbelanja *online* yang tinggi. Sehingga diharapkan mahasiswa dapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengutamakan kebutuhan pokok dibandingkan keinginan untuk berbelanja *online* dan tidak mudah terpengaruh dengan lingkungan sekitar agar terhindar dari perilaku konsumtif berbelanja *online*.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif berbelanja *online*. Adapun ruang lingkup dari penelitian tersebut lebih luas agar penentuan sampel lebih beragam dan bervariasi. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian selanjutnya juga diharapkan menggunakan metode wawancara.

DAFTAR PUSATAKA

- Algifari. (2013). *Statistika Induktif* (Edisi 3 ed.). Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Amelia, V. H. (2021). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumtif. .
- Anatasya, N. (2020). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU. *Skripsi*.
- Andita, K. V. (2021). *Konsumtif dan Penggunaan Shopee PayLater pada Remaja bisa menjadi Bumerang*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/kartika-vela-andita/konsumtif-dan-penggunaan-shopee-paylater-pada-remaja-bisa-menjadi-bumerang-1wf7LahZ3mL/4>
- Asja, H. J. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(4), 309-325.
- Bliemel, K. P. (2001). *Marketing Management : Analyse, Planung und Verwirklichung*. Aufl. Stuttgart, 10.
- Canggih, F. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3).
- Dewanti, V. P. (2021). Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience terhadap Financial Management Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Dewi, N. &. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Dikria, O. &. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.
- Djarwanto. (1994). Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan.
- Erlyanawati, E. P. (2016). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Doctoral Dissertation*.
- Hardhika, R. B. (2021). Pengalaman Penggunaan Paylater di Surabaya. *Commercium*, 4(2), 19-32.
- Hidayat, A. (2012). *Populasi dan Sampel: Pengertian*. Retrieved from Statistikian: https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html#Penentuan_Jumlah_Sampel_Berdasarkan_Karakteristik_Populasi
- Iriani, F. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*(Vol 8 No 3), 818-828.
- Kurniati, R. R. (2019). Pengaruh E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja Online Shopee (Studi pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *JIAGABI(Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(3), 154-162.
- Lodeng, A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Santri Ma'had Al-Jami'ah UIN Raden Intan Lampung). *Doctoral Dissertation*.
- Lusardi, A. M. (2010). Financial Literacy Among The Young. *The Journal of Cunsumer Affairs*, 4(2).
- Lusardi, A. M. (2010). Financial Literacy Among The Young. *The Journal of Cunsumer Affairs*, IV(2).
- Mukminin, A. R. (2019). Penerapan Model UTAUT untuk Perilaku Pengguna Paylater di dalam Traveloka. *Jurnal Computech & Bisnis*, 13(2), 81-90.
- Pohan, d. (2012). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi dan Proposal Penelitian*. Medan: PT. GRASINDOMONOTAM.
- Pulungan, D. R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3.), 103-110.
- Rakhmawati, N. A. (2021). Analisa Transaksi Berbelanja Online pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32-37.
- Rismayadi, A. A. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Shopee PayLater menggunakan Model Delone & Mclean Sebagai Media Pengajuan Kredit Online. *Jurnal Responsif : Riset Sains dan Informatika*, 2(2), 190-197.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Romadloniyah, A. &. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50-64.
- Rosyid, L. d. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja. *Psikologika*, 5-13.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1), 44 -57.
- Saswiana, E. H. (2020). Pengaruh E-commerce terhadap Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa STIEM BOGAYA Makasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 60-69.
- Sholeh, B. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang. *PEKOBIS (Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis)*, 4(2), 57-67.
- Silalahi, R. Y. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 3(2), 191-200.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.
- Sulistiyawati, R. S. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik*, 1(1), 9-21.
- Surjanti, V. E. (2021). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Produk Fashion saat Pandemi pada Mahasiswa. *JEKPEND (Jurnal Ekonomi dan Pendidikan)*, 4(2), 11-18.
- Susanto, E. (2016). PENGARUH PROFITABILITAS, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN (GROWTH) TERHADAP STRUKTUR MODAL DAN NILAI PERUSAHAAN. *Bulletin of the Seismological Society of America*, 106(1), 6465-6489.
- Suwitho, F. N. (2021). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif pada Shopee.Co.Id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(6).
- Tripambudi, B. &. (2020). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empat*, 7(2), 597-603.
- Wartami, M. J. (2018). Hubungan Money Attitude dan Compulsive Buying pada Perilaku Berbelanja Mahasiswa terhadap Barang Fashion yang Tergolong Fashion Branded dengan Cognitive Dissonance After Purchase sebagai Variabel Moderator. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(2), 1980-1992.
- Wintaka, A. P. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *BISMAN (Bisnis dan Manajemen) : The Journal Of Business and Management*, 3(1), 75-85.