

Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, Dan Mental Accounting Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

Revi Yuli Mariska^a, Agustin Hari Prastyowati^b, Muhammad Rijalus Sholihin^c.

^a Institut Teknologi dan Sains Mandala, rmariska587@gmail.com

^b Institut Teknologi dan Sains Mandala, agustin@itsm.ac.id

^c Institut Teknologi dan Sains Mandala, muhammadrijalus@itsm.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Artikel Dikirim
Revisi
Artikel Diterima

Keywords:

Economic Literacy, Digital Wallet Services, Paylater Services, Mental Accounting, Consumptive Behavior

Kata Kunci:

Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, Mental Accounting, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

This study aims to analyze and examine the influence of Economic Literacy, Digital Wallet Services, Paylater Services, and Mental Accounting on the Consumptive Behavior of Accounting Study Program Students at Higher Education Institutions in Jember Regency. The population in this study consists of all Accounting Study Program students at higher education institutions in Jember Regency. This study employs the Purposive Sampling technique, using the Slovin formula to determine the sample size to be studied. The sample size studied in this research is 97 respondents out of a total population of 3,146. The data analysis method used in this study is with the assistance of IBM SPSS Statistics 27. The results of this study indicate that partially, the variables of Economic Literacy (X1), Digital Wallet Services (X2), and Mental Accounting (X4) do not have a significant effect on Consumptive Behavior (Y). However, the Paylater Services variable (X3) has a significant effect on Consumptive Behavior (Y) partially. Simultaneously, the variables of Economic Literacy (X1), Digital Wallet Services (X2), Paylater Services (X3), and Mental Accounting (X4) have a significant effect on Consumptive Behavior (Y)

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini yaitu Seluruh Mahasiswa Program Studi

Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan Teknik Pengambilan Sampel yaitu Purposive Sampling dengan menggunakan Rumus Slovin dalam Penentuan Jumlah Sampel yang akan diteliti. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu 97 Responden dari 3.146 Total Populasi. Metode Analisis Data dalam Penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics 27. Hasil Penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa secara Parsial Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompert Digital (X2), dan Mental Accounting (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Sedangkan Variabel Layanan Paylater (X3) secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Secara Simultan Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompert Digital (X2), Layanan Paylater (X3), dan Mental Accounting (X4) Berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

PENDAHULUAN

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia, dengan perkembangan teknologi yang canggih mempermudah mahasiswa untuk membeli sesuatu dengan mudah dan modernisasi yang mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Konsumsi adalah suatu penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Sukwiyat dkk, 2006:28). Dalam tradisi lama, konsumsi lebih bersifat fungsional, diarahkan untuk memenuhi kebutuhan primer dan mendukung kelangsungan hidup. Namun, dengan berkembangnya kemajuan sosial dan ekonomi, konsumsi telah melampaui batas fungsionalnya. Masyarakat modern tidak hanya membeli produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan juga sebagai sarana untuk mengekspresikan siapa mereka dan apa yang mereka nilai. Pergeseran ini semakin terlihat dalam perilaku konsumtif, di mana individu tidak hanya sekadar membeli barang atau jasa, tetapi mereka melakukan pembelian sebagai bagian integral dari identitas dan kepuasan psikologis mereka. Fenomena ini terutama terlihat di kalangan mahasiswa, di mana konsumsi bukan hanya mengenai kebutuhan primer, tetapi juga menjadi suatu bentuk afirmasi diri dan pencarian kebahagiaan. Menurut Dikria dan Mintarti (2016:147), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Tidak terencananya pembelian barang atau jasa diakibatkan karena tidak membuat anggaran belanja yang didasarkan pada skala prioritasnya. Sehingga, Perilaku konsumtif menjadi perhatian utama dalam mengkaji dinamika keuangan dan kehidupan mahasiswa di era globalisasi dan kemajuan teknologi.

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata pengeluaran per kapita penduduk Indonesia pada Maret 2023 adalah Rp. 1.451.870/kapita perbulan, meningkat 9,35% dibanding Maret tahun lalu. Angka tersebut mencakup total pengeluaran untuk konsumsi makanan dan bukan makanan, serta rata-rata

gabungan pengeluaran penduduk perdesaan dan perkotaan. Tingkat konsumsi penduduk Indonesia menurut BPS diperkirakan, rata-rata pengeluaran per kapita nasional pada Maret 2023 meningkat karena berbagai faktor, mulai dari inflasi, peningkatan pertumbuhan ekonomi, serta turunnya tingkat pengangguran terbuka. BPS juga menyebut, naiknya rata-rata pengeluaran ini menunjukkan dampak dari program perlindungan sosial pemerintah, baik dalam bentuk bantuan sosial ataupun subsidi, yang telah membantu meningkatkan pengeluaran kelompok masyarakat ekonomi rentan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, Rata – rata pengeluaran Per Kapita yang disesuaikan di Kabupaten Jember pada tahun 2022 yaitu Rp. 9.840.000/Tahun, sedangkan pada tahun 2023 yaitu Rp. 10.277.000/Tahun. Hal ini mengalami peningkatan sekitar 4,44% dari tahun sebelumnya.

Peningkatan ini mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat, seperti peningkatan permintaan atas barang dan jasa, termasuk hiburan, teknologi, dan gaya hidup. Pembahasan tersebut dapat disambungkan dengan menganalisis tentang gaya hidup mahasiswa sekarang, mengingat mahasiswa seringkali menjadi kelompok yang mencerminkan tren dan perubahan dalam masyarakat. Dalam lingkungan Perguruan Tinggi yang dinamis, mahasiswa sering kali terpapar pada tekanan untuk mengikuti tren dan gaya hidup konsumtif. Media sosial menjadi saluran utama di mana tren dan gaya hidup dipertontonkan, menciptakan dorongan tambahan untuk mengadopsi perilaku konsumtif sebagai bagian dari identitas mahasiswa. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap literasi ekonomi, layanan dompet digital, layanan *paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih holistik tentang dinamika perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah yang dapat disusun yaitu : 1. Apakah Literasi Ekonomi Berpengaruh secara Parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember? 2. Apakah Layanan Dompet Digital Berpengaruh secara Parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember? 3. Apakah Layanan Paylater Berpengaruh secara Parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember? 4. Apakah Mental Accounting Berpengaruh secara Parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember? 5. Apakah Literasi Ekonomi, Layanan Dompet Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting Berpengaruh secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember?

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumtif

Menurut Kanserina (2015), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, yang berarti belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Indikator Perilaku Konsumtif menurut Wahyuni, dkk (2019), sebagai berikut : Membeli produk karena iming-iming hadiah, Membeli produk karena kemasannya menarik, Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi, Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), Membeli produk karena menjaga symbol status, Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang Tinggi, dan Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Literasi Ekonomi

Menurut Sina (2012 : 135) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, mahasiswa perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli. Mahasiswa juga dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Menurut (Kotte and Witt (1995: 163) yang ditulis dalam *Change and Challenge: Assessing Economic Literacy*), Indikator literasi ekonomi adalah sebagai berikut : Kelangkaan, Sumber Daya Produktif, Sistem Ekonomi, Tukar Menukar, Insentif Ekonomi, Pasar, dan Ekonomi Manajemen.

Layanan Dompot Digital

Bank Indonesia dalam peraturan No. 18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/41/DKSP menyebutkan layanan dompet digital merupakan fasilitas elektronik yang digunakan untuk menyimpan informasi dalam bentuk instrument pembayaran, termasuk kartu atau uang elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan bertransaksi. Untuk melakukan penambahan dana ke dompet digital, pengguna dapat memanfaatkan metode setor tunai, transfer, atau melalui proses auto debet dari rekening. Menurut *The Economic Times* yang dikutip dari wartaekonomi.co.id (Fikri, 2021), dompet digital adalah jenis akun Prabayar yang dilindungi dengan kata sandi dengan hal tersebut pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi daring, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang daring, maupun pembelian tiket penerbangan. Dompot digital

berbasis server, oleh karena itu, jika ingin melakukan transaksi, diperlukan sebuah perangkat yang terhubung ke server penerbit melalui internet, seperti komputer, tablet, atau smartphone. Indikator Dompot Digital menurut Dewi, dkk (2021), sebagai berikut : Manfaat dan Keuntungan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan.

Layanan Paylater

Menurut Yusri (2021), Paylater adalah layanan pinjaman online tanpa kartu yang memungkinkan konsumen untuk membayar transaksi produk, baik barang atau jasa, dalam satu waktu atau dicicil. Jenis layanan pinjaman ini disebut jalur kredit. Selain menggunakan kartu kredit/debit, dompet online, dan transfer seluler untuk memenuhi kebutuhan transaksi kehidupan masyarakat, metode pembayaran seperti ini juga memberikan opsi pembayaran tambahan untuk transaksi saat ini. Indikator Layanan Paylater menurut Aftika (2021), sebagai berikut : Penyebab Penggunaan Layanan Paylater, Kepuasan, Kemudahan, Kegemaran, Jaminan Keamanan, Cashback, dan Kecepatan

Mental Accounting

Menurut Zasiroh (2023), Mahasiswa yang telah menerapkan *Mental Accounting* dengan baik seperti selalu mencatat dan mengklasifikasikan serta mengevaluasi keuangan yang dimiliki membuat mereka akan lebih cenderung mengelola keuangan yang baik dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan memiliki hubungan yang positif. *Mental Accounting* merupakan sikap individu dalam melakukan klasifikasi dana yang dimiliki serta berbeda dimana dalam hal ini untuk menghindari sikap yang rentan dalam mengambil keputusan keuangan yang tidak rasional baik dalam pengeluaran ataupun investasi. Indikator *Mental Accounting* menurut Mubarakah (2020) adalah sebagai berikut : Pengalokasian penghasilan ke beberapa akun, Perlakuan yang berbeda pada penghasilan dan bonus, dan Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengembangan Hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H1 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H2 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H3 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Layanan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H4 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Mental Accounting terhadap Perilaku

Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H5 : Terdapat Pengaruh secara Simultas Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting secara bersama – sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember.

METODA PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang sedang menempuh Pendidikan di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang sedang menempuh Pendidikan di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember yang berjumlah 3.146 Mahasiswa (PDDikti, 2023). Peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan Jumlah Sampel yang akan diambil dari jumlah Populasi Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Maka Pengambilan Sampel dalam Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% (Mubarokah, 2020) :

$$n = 3.146 / (1 + 3.146(0,1)^2) = 96,9193 = 97$$

Maka dapat disimpulkan, jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan 97 Responden dari 3.146 populasi Mahasiswa Aktif Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Kemudian jumlah sampel tersebut akan dibagi pada 6 perguruan tinggi secara proporsional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Purposive Sampling, yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan peneliti. Kriteria Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu : 1. Mahasiswa Aktif Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember yang terdaftar pada PDDikti 2023, 2. Jenjang Diploma (D4) atau Sarjana (S1), 3. Minimal Semester 2.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kuantitatif dengan pendekatan jenis Penelitian *Eksplanatory Research*. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada suatu fenomena atau gejala yang bersifat sebab dan akibat, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan

data menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada (Sugiyono, 2013:13). Sedangkan Menurut Sugiyono (2017:6), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Independen (X) :

1. Literasi Ekonomi

Literasi Ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi (Sina, 2012 : 135).

2. Layanan Dompot Digital

Bank Indonesia dalam peraturan No. 18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/41/DKSP menyebutkan layanan dompot digital merupakan fasilitas elektronik yang digunakan untuk menyimpan informasi dalam bentuk instrument pembayaran, termasuk kartu atau uang elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan bertransaksi (Bank Indonesia, 2020).

3. Layanan *Paylater*

Paylater adalah layanan pinjaman online tanpa kartu yang memungkinkan konsumen untuk membayar transaksi produk, baik barang atau jasa, dalam satu waktu atau dicicil. Jenis layanan pinjaman ini disebut jalur kredit (Yusri, 2021).

4. *Mental Accounting*

Mental Accounting merupakan sikap individu dalam melakukan klasifikasi dana yang dimiliki serta berbeda dimana dalam hal ini untuk menghindari sikap yang rentan dalam mengambil keputusan keuangan yang tidak rasional baik dalam pengeluaran ataupun investasi (Zasiroh, 2023).

Variabel Dependen (Y) :

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, yang berarti belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut (Kanserina, 2015).

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai

berikut :

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung kepada objek penelitian.
2. Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data dengan cara daftar pertanyaan yang disederhanakan dan disebarakan kepada responden (Mahasiswa Program Studi Akuntansi) di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember.
3. Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan menggunakan atau mengambil data – data yang berhubungan dengan penelitian yang dapat menunjang penelitian secara teoritis melalui buku literatur dan jurnal – jurnal ekonomi dan akuntansi.

Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen penelitian (kuesioner). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pernyataan atau indikator dalam kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel dan nilainya positif (Ghozali, 2013).
 - b. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013).
2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan nilai normal yang digunakan dalam penelitian ini yang mengasumsikan nilai signifikan dengan alpha 0,05. Menurut Ghozali (2013), jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05 maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari alpha 0,05 maka data berdistribusi normal.
 - b. Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan yaitu : Jika nilai VIF kurang dari 10 dan/atau nilai tolerance $>$ 0,01, berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas antara masing-masing variabel bebas dalam penelitian dan sebaliknya.
 - c. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik pada Scatteplot, metode ini dapat mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan

ciri – ciri apabila tidak terdapat pola yang jelas, titik – titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja dan titik – titik data menyebar diatas maupun dibawah angka nol maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat. Nilai Koefisien Determinasi antara 0 (Nol) sampai 1 (Satu). Nilai koefisien determinasi yang kecil (mendekati angka 0) berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel – variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Penerapan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen dengan sesuai rumus dan keputusannya.

Ketentuan Uji :

1. Jika Nilai Sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh signifikan.
2. Jika Nilai Sig < 0,05 maka ada pengaruh Signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidaknya variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen. Pengukuran ini sesuai dengan rumus dan ketentuan/keputusan uji.

Ketentuan Uji :

1. Jika Nilai Sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh signifikan.
2. Jika Nilai Sig < 0,05 maka ada pengaruh Signifikan

ANALISI DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
----------	-----------	----------	---------	------------

Literasi Ekonomi	X1.1	0,777	0,168	Valid
	X1.2	0,776	0,168	Valid
	X1.3	0,827	0,168	Valid
	X1.4	0,706	0,168	Valid
	X1.5	0,743	0,168	Valid
	X1.6	0,753	0,168	Valid
	X1.7	0,772	0,168	Valid
Layanan Dompot Digital	X2.1	0,733	0,168	Valid
	X2.2	0,811	0,168	Valid
	X2.3	0,735	0,168	Valid
	X2.4	0,731	0,168	Valid
	X2.5	0,763	0,168	Valid
Layanan <i>Paylater</i>	X3.1	0,911	0,168	Valid
	X3.2	0,941	0,168	Valid
	X3.3	0,924	0,168	Valid
	X3.4	0,880	0,168	Valid
	X3.5	0,886	0,168	Valid
	X3.6	0,855	0,168	Valid
	X3.7	0,915	0,168	Valid
Mental Accounting	X4.1	0,837	0,168	Valid
	X4.2	0,882	0,168	Valid
	X4.3	0,832	0,168	Valid
Perilaku Konsumtif	Y1	0,742	0,168	Valid
	Y2	0,672	0,168	Valid
	Y3	0,777	0,168	Valid
	Y4	0,575	0,168	Valid
	Y5	0,857	0,168	Valid
	Y6	0,801	0,168	Valid
	Y7	0,731	0,168	Valid
	Y8	0,620	0,168	Valid

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner telah dinyatakan valid atau sah untuk digunakan. Hal ini dapat diobservasi dari fakta bahwa nilai r-hitung (koefisien korelasi) untuk setiap indikator variabel (X1.1, X1.2, ..., Y8) lebih besar daripada nilai r-tabel yang ditetapkan sebesar 0,168 dengan tingkat kesalahan 10%.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r table	Keterangan
Literasi Ekonomi (X1)	0,880	0,168	Reliabel
Layanan Dompot Digital (X2)	0,805	0,168	Reliabel
Layanan <i>Paylater</i> (X3)	0,961	0,168	Reliabel
<i>Mental Accounting</i> (X4)	0,807	0,168	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,868	0,168	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel atau skala dalam kuesioner telah Reliabel. Dengan hasil reliabilitas yang tinggi seperti ini, peneliti dapat memiliki keyakinan bahwa hasil kuesioner yang diperoleh akan akurat dan dapat diandalkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		5,09822502
Most Extreme Difference	Absolute		,085
	Positive		,064
	Negatif		,085
Test Statistic			,085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,078
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig		,080
	99% Confidence Intervan	Lower Bound	,073
		Upper Bound	,087
a Test Distribution is Normal			
b Calculated From Data			
c Lilliefors Significance Correction			
d Lilliefors' Method Based On 10000 Monte Carlo Sample With Starting Seed 299883525			

Berdasarkan Tabel 3, data yang menunjukkan berdistribusinya secara normal yang ditunjukkan oleh nilai Signifikan > 0,05 yaitu 0,078. Maka data berdistribusi secara Normal.

- b. Uji Miltikolinieritas

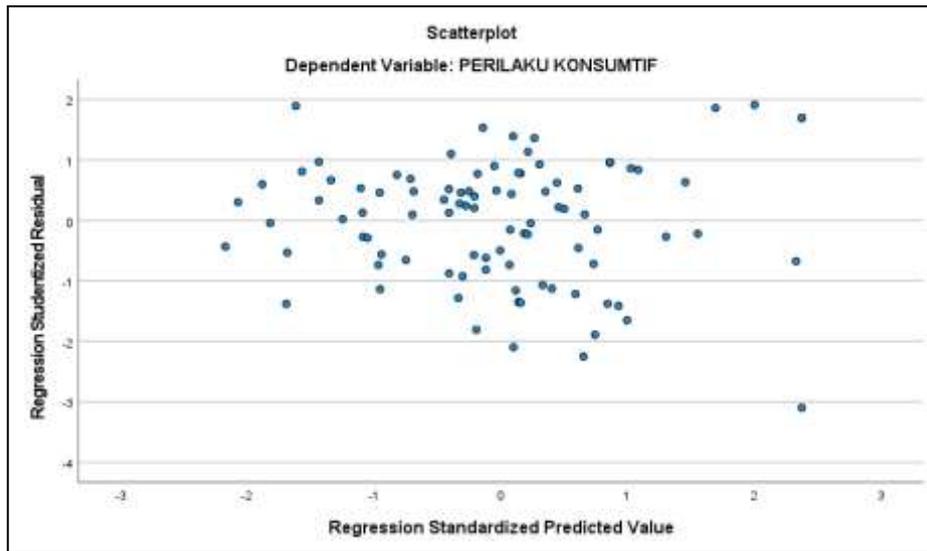
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a						
Model	Ustandardized	Coefficients	Standardized	T	Sig	Collinearity

		Coefficients			Statistics			
		B	Std.Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Constant	9,314	5,027		1,853	,067		
	LITERASI EKONOMI	,192	,190	,116	1,011	,314	,619	1,616
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	,099	,219	,046	,453	,651	,795	1,257
	LAYANAN PAYLATER	,384	,089	,427	4,307	<,001	,830	1,206
	MENTAL ACCOUNTING	-,030	,317	-,010	-,095	,925	,703	1,422
a Dependent Variable : PERILAKU KONSUMTIF								

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa data Variance Inflation Factor (VIF) pada setiap variabel dependen memiliki nilai yang kurang dari 10, dan nilai tolerance value pada setiap variabel independent lebih besar dari 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah kolerasi atau multikolinieritas pada setiap variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas (*ScatterPlots*)

Berdasarkan Gambar 1, bahwasanya data diatas dapat dilihat bahwa titik – titik data tidak membentuk suatu pola tertentu dan titik – titiknya menyebar diatas maupun dibawah angka nol tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	,498a	,248	,216	5,208	1,760
a Predictors (Constant), MENTAL ACCOUNTING, LAYANAN PAYLATER, LAYANAN DOMPET DIGITAL, LITERASI EKONOMI					
b Dependent Variable : PERILAKU KONSUMTIF					

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persentase keragaman variabel Perilaku Konsumtif (Y) yang dapat dijelaskan oleh Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), Layanan Paylater (X3), dan Mental Accounting (X4) adalah 0,248 (24,8%). Sedangkan 0,752 (75,2%) sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	Sig	Nilai Sig	Keterangan
Literasi Ekonomi	0,314	0,05	Tidak Berpengaruh
Layanan Dompot Digital	0,651	0,05	Tidak Berpengaruh
Layanan <i>Paylater</i>	0,000041	0,05	Berpengaruh
<i>Mental Accounting</i>	0,925	0,05	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan bahwasanya hasil dari uji parsial (uji t) yaitu : Nilai Sig Variabel Independen X1, X2, dan X4 > 0,05, yang berarti Variabel X1,X2, dan X4 Tidak ada Pengaruh secara Signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Sedangkan Nilai Sig X3 < 0,05, artinya variabel X3 (Layanan *Paylater*) memiliki Pengaruh secara Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

b. Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

Variabel	Sig	Nilai Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0,000024	0,05	Berpengaruh

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh hasil Uji Simultan (Uji F) untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y). Diperoleh Hasil Nilai Sig (0,000024) < 0,05, maka hipotesis Penelitian Berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, Variabel Independen (Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting*) secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Dependen (Perilaku Konsumtif).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi literasi ekonomi seseorang, semakin besar kemungkinan mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Ini disebabkan karena individu dengan literasi ekonomi yang lebih tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep keuangan dan ekonomi, yang dapat mendorong mereka untuk lebih bijak dalam manajemen perilaku konsumtif mereka.

2. Pengaruh Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Layanan Dompot Digital tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Penggunaan layanan dompet digital, seperti e-wallet, meskipun memudahkan transaksi dan mengelola keuangan, tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif individu dalam penelitian ini. Faktor lain mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif dibandingkan penggunaan dompet digital.

3. Pengaruh Layanan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif

Layanan Paylater memiliki pengaruh positif yang signifikan atau memiliki pengaruh paling besar daripada variabel bebas lainnya terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin sering atau semakin intensif penggunaan layanan paylater, semakin besar kecenderungan perilaku konsumtif seseorang. Ini menunjukkan bahwa layanan paylater yang memungkinkan pengguna untuk membeli sekarang dan membayar nanti, dapat mendorong individu untuk lebih mudah dalam berbelanja secara berlebihan atau melakukan pembelian impulsif karena adanya kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh layanan paylater. Penggunaan layanan paylater yang semakin meluas dapat secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif di masyarakat. Fasilitas ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses barang dan jasa tanpa harus membayar secara langsung, yang dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang mungkin tidak mereka lakukan jika harus membayar di muka. Penyedia layanan paylater memiliki pengaruh besar dalam mendorong konsumsi dengan menawarkan fleksibilitas pembayaran, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume transaksi.

4. Pengaruh Mental Accounting terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Mental Accounting tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, meskipun terdapat sedikit peningkatan dalam perilaku konsumtif dengan peningkatan praktik mental accounting, pengaruhnya hampir tidak signifikan. Ini berarti bahwa penerapan mental accounting atau pengalokasian dana secara mental ke berbagai kategori (seperti tabungan, pengeluaran, investasi) tidak secara substansial mempengaruhi perilaku konsumtif individu.

5. Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting secara bersama-sama mempengaruhi Perilaku Konsumtif. Dapat Disimpulkan bahwasanya Variabel Literasi Ekonomi X1, Layanan Dompot Digital X2, Layanan Paylater X3, dan Mental Accounting X4 secara Simultan Berpengaruh secara Signifikan terhadap Variabel Perilaku Konsumtif Y. Meskipun beberapa variabel independen tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, kombinasi dari

semua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif individu dipengaruhi oleh berbagai faktor secara bersamaan, dan interaksi antara literasi ekonomi, layanan digital, dan mental accounting memiliki peran penting dalam menentukan tingkat konsumtifitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Analisis dan Temuan dari Penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Literasi Ekonomi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Meskipun mahasiswa sudah paham tentang konsep kelangkaan, Pengelolaan Sumber Daya Produktif, Sistem Ekonomi, Sistem Tukar-menukar, Dampak dari Intensif Ekonomi, Fungsi Utama Pasar, dan Konsep Ekonomi Manajemen. Namun hal ini masih belum mampu untuk mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mereka.
2. Layanan Dompot Digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Meskipun layanan dompet digital memberikan Manfaat, Kemudahan, Keuntungan, Keamanan Data dan Kepercayaan dalam melakukan Transaksi. Namun hal ini masih belum mampu untuk mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi.
3. Layanan Paylater memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Layanan Paylater memberikan beberapa fasilitas bagi konsumen seperti : Layanan Pinjaman Online, Kepuasan, Kemudahan, Kegemaran, Jaminan Keamanan, Cashback, dan Kecepatan Proses. Hal tersebut dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi. Karena memungkinkan individu untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung. Fasilitas ini membuat konsumen merasa lebih mudah untuk melakukan pembelian impulsif dan berbelanja di luar batas kemampuan mereka karena pembayaran dapat ditangguhkan.
4. Mental Accounting tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Mental Accounting melibatkan cara individu mengkategorikan dan memisahkan uang untuk berbagai tujuan, membedakan penghasilan dan bonus, membantu menghitung biaya pengeluaran bulanan. Namun, dalam konteks penelitian ini strategi pengelolaan keuangan pribadi melalui mental accounting tidak cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan.

Berdasarkan hasil Uji Hipotesis dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen (Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting) secara Simultan berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku

Konsumtif. Meskipun beberapa variabel independen tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, kombinasi dari semua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh interaksi kompleks dari berbagai faktor. Literasi ekonomi dapat memberikan pemahaman dasar, layanan dompet digital menyediakan kemudahan, dan mental accounting membantu dalam pengelolaan keuangan, tetapi efek gabungan dari semua faktor ini lebih kuat dibandingkan pengaruh masing – masing variabel secara individual. Kombinasi dari kemudahan akses teknologi, pemahaman keuangan, dan pengelolaan keuangan pribadi bersama – sama membentuk perilaku konsumtif individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, (2021). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah. UIN Raden Intan Lampung.
- Almas, (2019). *Pengaruh Financial Literacy, Pengendalian Diri, Teman Sebaya, dan Kondisi Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 BAE KUDUS*. Universitas Negeri Semarang.
- Dewi, dkk. (2021). Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(01), 1-19.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (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.
- Dude, dkk. (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater dan Flashsale terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 358-363.
- Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan ShopeePay sebagai Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU. *Jurnal Komunika*, 17(02), 1-11.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastari. (2023). *Pengaruh Mental Accounting dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Komunitas Army Salatiga)*. Universitas Satya Wacana : Institutional Repository.
- Kanserina. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *UNDIKSHA*, 5(1).

- Mubarokah, & Rita. (2020). Anteseden Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211-220.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukwiaty, dkk. (2006). *Ekonomi SMA Kelas X*. Jakarta: Yudistira.
- Wahyuni, dkk. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefia*, 4(3), 548-559.
- Yusri. (2021). *PAYLATER DAN KAUM MILENIAL (Studi Perubahan Sosial Pola Konsumtif Kaum Milenial)*. Skripsi Universitas Lampung.
- Zasiroh. (2023). *Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Perilaku Konsumtif: Mental Accounting sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Kristen Satya Wacana.