

***THE EFFECT OF INCOME ON STUDENTS' CONSUMER BEHAVIOR,
MODERATED BY FINANCIAL LITERACY
(CASE STUDY OF FINANCIAL MANAGEMENT STUDENTS, BUANA
PERJUANGAN UNIVERSITY, KARAWANG)***

**PENGARUH PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA YANG DIMODERASI LITERASI KEUANGAN
(STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN KEUANGAN UNIVERSITAS
BUANA PERJUANGAN KARAWANG)**

Yuli Yulawati¹, Ujang Suherman², Rengga Madya Pranata³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan
Karawang^{1,2,3}

Mn19.yuliyulawati@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, Ujang.suherman@ubpkarawang.ac.id²,
Rengga.madya@ubpkarawang.ac.id³.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of income on consumptive behavior, the effect of financial literacy on consumptive behavior, and the moderating role of financial literacy in the relationship between income and consumptive behavior among Management students of Universitas Buana Perjuangan Karawang, Class of 2021. This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 80 respondents selected using the Slovin formula. Data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The results indicate that income has a positive and significant effect on consumptive behavior ($\beta = 0.696$; $p = 0.000$). In contrast, financial literacy has no significant effect on consumptive behavior ($\beta = -0.108$; $p = 0.255$) and does not moderate the relationship between income and consumptive behavior ($\beta = 0.068$; $p = 0.318$). The R-square value of 0.492 indicates that the model explains 49.2% of the variance in consumptive behavior, while the remaining 50.8% is explained by other factors outside the research model.

Keywords: Income, Financial Literacy, Consumptive Behavior

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, serta peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,696$; $p = 0,000$). Sebaliknya, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = -0,108$; $p = 0,255$) dan tidak mampu memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,068$; $p = 0,318$). Nilai R-Square sebesar 0,492 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 49,2% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 50,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci : Pendapatan, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif

LATAR BELAKANG

Perkembangan modernisasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat dengan menghadirkan berbagai kemudahan

dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Kemudahan tersebut juga dirasakan dalam pemenuhan beragam kebutuhan, mulai dari kebutuhan primer, sekunder, tersier, hingga komplementer. Kondisi ini mendorong

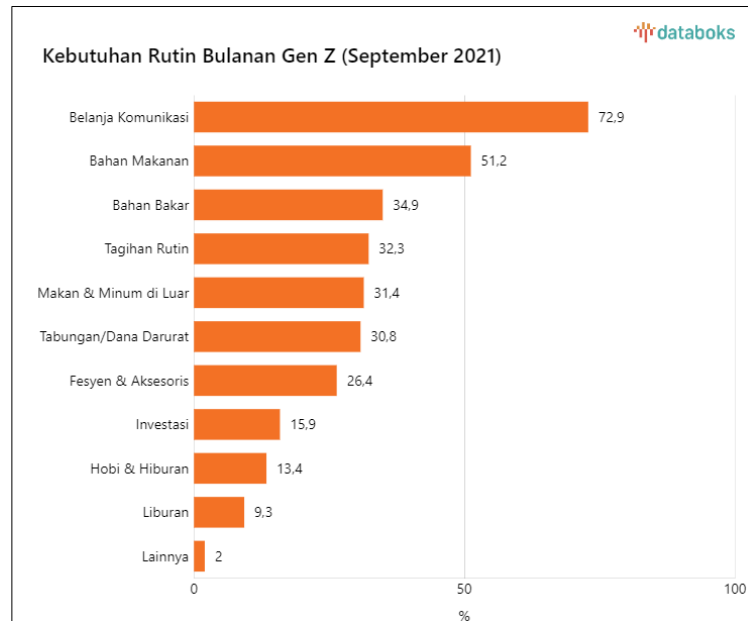
masyarakat untuk lebih mudah melakukan konsumsi, sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan munculnya perilaku konsumtif. Menurut Amelia (2021) perilaku konsumtif yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian yang lebih mengutamakan kepuasan dan kesenangan serta menyampingkan kebutuhan, sehingga terjadi pemenuhan kebutuhan yang tidak seimbang. Lestari (2018) menjelaskan bahwa kepuasan seseorang sering kali diperoleh dengan mengonsumsi barang yang tidak didasarkan pada kebutuhan, tetapi lebih dipengaruhi oleh keinginan untuk memiliki atau menggunakannya.

Munculnya perilaku konsumtif pada diri seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal seperti gaya hidup, kepribadian, motivasi dari dalam diri, selain itu terdapat faktor eksternal seperti budaya, lingkungan dan pergaulan yang dapat berperan dalam mendorong seseorang menjadi konsumtif. Seiring dengan perkembangan zaman, perubahan gaya hidup dan munculnya trend-trend baru menyebabkan seorang individu mudah terpengaruh terutama pada kalangan remaja, menurut pendapat Loudon dan Bitta (2015), remaja termasuk kelompok konsumen yang memiliki tingkat kerentanan tinggi terhadap pengaruh pola konsumsi berlebihan, sehingga kecenderungan untuk melakukan konsumsi terhadap suatu produk menjadi lebih besar. Hasil riset menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung memiliki perilaku belanja

yang berorientasi pada gaya hidup hedonis, disertai tingkat konsumsi yang relatif tinggi. Kecenderungan tersebut muncul karena mereka lebih mudah dipengaruhi oleh berbagai rangsangan pemasaran yang menarik minat konsumen, sehingga terdorong untuk membeli produk sesuai dengan tren yang sedang populer (Wahyuni, 2017). Menurut Stillman (2017), Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai 2012 atau pada saat ini berusia 12 sampai 28 tahun, dalam hal ini mahasiswa masuk dalam kategori generasi Z.

Fenomena perilaku konsumtif pada dasarnya terjadi ketika seorang individu tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai cara mengelola keuangan yang baik (literasi keuangan), oleh karena itu literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang dan merupakan suatu kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Silalahi, 2020). OJK (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu kemampuan dasar yang penting bagi individu untuk mendukung pengambilan keputusan keuangan yang berkualitas. Kemampuan tersebut juga berperan dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih efektif, terencana, dan bertanggung jawab.

Berikut ini merupakan porsi kebutuhan rutin bulanan Gen Z yang di survei pada bulan September 2021.

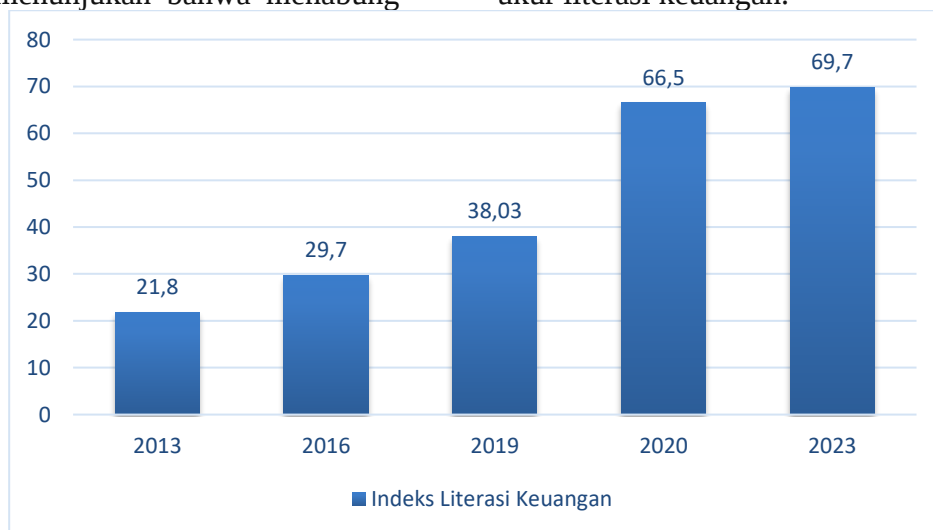


Gambar1. Kebutuhan Rutin Bulanan Gen Z (September 2021)

Sumber: Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi

Berdasarkan hasil survei diatas, porsi belanja rutin bulanan gen Z paling banyak sebesar 72,9% untuk komunikasi sedangkan untuk tabungan dana darurat dan investasi masing-masing sebanyak 30,8% dan 15,9%. Hal ini menunjukkan bahwa menabung

dan investasi belum menjadi prioritas utama bagi gen Z, hal tersebut dapat berkaitan dengan tingkat literasi keuangan generasi z yang masih rendah karena menabung dan investasi adalah salah satu indikator yang menjadi tolak ukur literasi keuangan.



Gambar 2. Indeks Literasi Keuangan Indonesia

Sumber: Katadata Insight Center (KIC)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 69,7%, yang mencerminkan adanya peningkatan

dibandingkan dengan periode sebelumnya. Pengukuran tersebut didasarkan pada tiga dimensi utama, yaitu pengetahuan keuangan (*knowledge*), perilaku keuangan (*behavior*), dan sikap terhadap

keuangan (*attitude*). Penilaian ini mengacu pada kerangka pengukuran literasi dan inklusi keuangan yang dikembangkan oleh OECD/INFE. Nilai indeks sebesar 69,7% mengindikasikan bahwa sekitar 69 dari setiap 100 penduduk telah memiliki pemahaman yang baik mengenai lembaga keuangan beserta produk dan layanan keuangan. Sebaliknya, sekitar 31% penduduk masih belum memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai (Katadata Insight Center, 2023).

Kurangnya literasi keuangan membuat seseorang sulit untuk melakukan perencanaan keuangan sehingga menyebabkan tidak dapat mengalokasikan pendapatan dengan baik dan cenderung membelanjakan uang untuk hal yang sebenarnya kurang dibutuhkan (perilaku konsumtif). Menurut Renaldi et al. (2024), literasi keuangan yang baik berperan penting dalam membantu seseorang mengambil keputusan keuangan secara tepat. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang memadai akan lebih mampu menyusun perencanaan keuangan, mengelola pemasukan dan pengeluaran, serta menentukan strategi pengelolaan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansialnya. Dewi et al. (2021) menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih rasional dalam menentukan berbagai keputusan yang berkaitan dengan aspek keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, kepemilikan literasi keuangan menjadi aspek yang penting bagi setiap individu karena dapat membantu mengendalikan perilaku konsumsi agar tidak berlebihan. Sejumlah penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Sudiro (2022), Angra Melina dkk. (2018), Maria (2022), serta Ulfa dkk. (2022), menunjukkan bahwa literasi

keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Akan tetapi, temuan yang berbeda dikemukakan oleh Mengga dkk. (2023), Nainggolan (2022), Indiani (2022), Dewi (2020), dan Aini (2024), yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih terdapat inkonsistensi temuan, sehingga hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif perlu dikaji lebih lanjut. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Selain literasi keuangan, pendapatan juga merupakan salah satu faktor yang berperan dalam memengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada individu. Mengelola pendapatan perlu diikuti dengan pemahaman literasi keuangan yang baik pula, agar berapapun pendapatan yang diterima dapat membantu ketika mengalami kesulitan keuangan di masa yang akan datang. Namun saat ini generasi Z dianggap sebagai generasi yang cenderung suka berhutang, data Statistik Fintech *Peer-to-Peer (P2P) Lending* yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Desember 2022 menunjukkan bahwa sekitar 60% penyaluran pinjaman melalui layanan pendanaan bersama diberikan kepada kelompok usia 19–34 tahun, yang didominasi oleh Generasi Z dan Milenial. Total nilai pinjaman yang diajukan secara daring oleh kelompok tersebut mencapai Rp14,74 triliun (IDX Channel, 2023).

Pengelolaan pendapatan yang tidak bijak menimbulkan kebiasaan berutang karena tidak selektif dalam mengatur

pengeluaran dan perencanaan keuangan sehingga yang kemudian mempengaruhi seseorang menjadi berperilaku konsumtif. Menurut Aini (2024), peningkatan pendapatan berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif pada individu. Semakin besar pendapatan yang dimiliki, semakin tinggi pula kemampuan daya beli, yang dapat menumbuhkan keyakinan bahwa berbagai kebutuhan maupun keinginan dapat dipenuhi melalui pembelian barang atau jasa. Selain itu kemunculan *financial technology (fintech)* yang menawarkan aplikasi pendanaan mempermudah seseorang untuk mengambil keputusan dalam berhutang karena proses nya yang cepat dan mudah. Oleh karena itu pengelolaan pendapatan atau penghasilan perlu diimbangi dengan pemahaman literasi keuangan agar tidak menimbulkan individu yang konsumtif.

Temuan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Ulfa dkk. (2022) menemukan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, penelitian Aini (2024) menyimpulkan bahwa pendapatan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan temuan dari berbagai penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian (*research gap*), sehingga hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif perlu dikaji lebih lanjut. Atas dasar tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis mengenai pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pendapatan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, menurut teori konsumsi Keynes (1936) menyatakan bahwa pengeluaran konsumsi tergantung pada besarnya pendapatan, seseorang bisa melakukan tambahan konsumsi (*marginal propensity to consume*) dalam jumlah besar jika pendapatannya besar juga. Sedangkan literasi keuangan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengelola keuangan pribadi (*personal finance*), individu yang tidak memiliki literasi keuangan cenderung menghabiskan uang secara berlebihan atau tidak bijak. Yudasella dan Krisnawati (2019) menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan berpotensi menekan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Hal tersebut didukung oleh kemampuan individu dalam memahami, mengambil keputusan, dan mengelola keuangan secara bijaksana demi mencapai kesejahteraan finansial. Dengan meningkatkan tingkat literasi keuangan seseorang yang memiliki pendapatan dapat lebih efektif untuk mengelola keuangan dan menghindari perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini peneliti ingin melakukan pembaharuan dengan menjadikan literasi keuangan sebagai variabel moderasi untuk melihat kondisi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif menjadi lebih kuat atau lebih lemah dengan adanya literasi keuangan. Maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang dimoderasi literasi keuangan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mempelajari pendapatan, perilaku konsumtif dan literasi keuangan di

kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai objek penelitian. Adapun judul pada penelitian ini yaitu, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimoderasi Literasi Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif yang dimoderasi literasi keuangan pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Menurut Anwar (2019) menjelaskan bahwa manajemen mencakup pengelolaan keuangan perusahaan, mulai dari memperoleh sumber pendanaan, mengalokasikan dana, hingga mendistribusikan keuntungan perusahaan. Sementara itu, Hasibuan (2016) mendefinisikan manajemen sebagai ilmu sekaligus seni dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi. Sejalan dengan pendapat tersebut, Feriyanto dan Triana (2015) menyatakan bahwa manajemen merupakan serangkaian proses yang dilakukan untuk melaksanakan berbagai program organisasi, di mana kemampuan seorang manajer dalam mengoordinasikan aktivitas para pekerja menjadi faktor penting dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka dapat dibuat sintesis bahwa manajemen adalah sebuah proses pengendalian dan penggunaan sumber daya yang sesuai ntuk mencapai atau menyelesaikan suatu tugas atau tujuan organisasi.

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan (*financial behavior*) didefinisikan oleh Purwidiati dan Mudjiyanti (2016) sebagai kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangan untuk memenuhi berbagai kebutuhan secara terencana. Selanjutnya, Sina (2013) mengemukakan bahwa perilaku keuangan erat kaitannya dengan tanggung jawab seseorang dalam mengelola keuangan melalui perencanaan, penggunaan, dan pengendalian dana secara bijaksana.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka dapat dibuat sintesis bahwa perilaku keuangan Adalah kemampuan individu dalam bertanggung jawab dalam mengelola dan mengatur keuangan.

Pendapatan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2019), pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh dari aktivitas operasional utama suatu entitas. Bentuk pendapatan tersebut dapat berupa hasil penjualan, imbalan jasa, bunga, dividen, royalti, maupun sewa. Sementara itu, Harnanto (2019) menjelaskan bahwa pendapatan adalah peningkatan aset atau penurunan liabilitas perusahaan yang terjadi sebagai konsekuensi dari kegiatan operasional, khususnya melalui penyediaan barang atau jasa kepada konsumen maupun masyarakat.

Indikator-indikator pendapatan menurut Novia Bramastuti dalam Muhammad Andika (2021) meliputi :

Pendapatan yang diterima perbulan, Sumber pendapatan, Tingkat Pendidikan dan Beban keluarga yang di tanggung.

Literasi Keuangan

Menurut Soetiono dan Setiawan (2018) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan suatu kompetensi yang dibentuk oleh beberapa komponen, yaitu pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, keyakinan terhadap aspek keuangan, sikap keuangan, serta perilaku keuangan. Sementara, Kumalasari dan Soesilo (2019) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan individu yang mencakup pemahaman dan keterampilan dalam mengelola sumber daya keuangan pribadi secara efektif guna mencapai kesejahteraan finansial.

Indikator-indikator literasi keuangan mengacu pada konsep Chen dan Volpe yang dikutip oleh Rosmawati et al. (2025), yang terdiri atas empat aspek. Pertama, pengetahuan dasar keuangan (*basic financial knowledge*), yaitu pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan, seperti pendapatan, pengeluaran, serta pengelolaan keuangan. Kedua, simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*), yaitu pemahaman mengenai berbagai produk dan layanan perbankan, seperti tabungan dan kredit. Ketiga, proteksi atau asuransi (*insurance*), yaitu pemahaman mengenai perlindungan keuangan melalui berbagai produk asuransi, seperti asuransi kesehatan, jiwa, pendidikan, dan properti. Keempat, investasi (*investment*), yaitu pemahaman mengenai penempatan dana atau aset dengan tujuan memperoleh keuntungan atau meningkatkan nilai aset pada masa yang akan datang.

Perilaku Konsumtif

Menurut Wahyuni et al. (2019), perilaku konsumtif menggambarkan kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan pribadi. Sementara itu, Astuti dan Angelina (2024) menyatakan bahwa perilaku tersebut juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti gaya hidup, aktivitas promosi, media sosial, dan lingkungan sekitar yang mendorong individu untuk melakukan konsumsi di luar kebutuhan utamanya.

Indikator-indikator perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) meliputi : Pembelian secara impulsif (*Impulsive*), Pembelian secara tidak rasional (*Irrational buying*) dan Pemborosan (*Wasteful buying*).

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri atas pendapatan sebagai variabel independen, perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, serta literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Fokus analisis diarahkan untuk menguji pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif sekaligus mengidentifikasi peran literasi keuangan dalam memoderasi hubungan tersebut. Dengan demikian, literasi keuangan diharapkan dapat mengubah kekuatan pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif, baik dengan memperkuat maupun memperlemah hubungan antarvariabel.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan teori perilaku konsumen, pendapatan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam menentukan tingkat konsumsi individu. Keynes menjelaskan bahwa

peningkatan pendapatan akan diikuti oleh meningkatnya kemampuan seseorang dalam memenuhi berbagai kebutuhan maupun keinginannya. Sejalan dengan teori tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Faizak dkk. (2023) dan Meizira dkk. (2023) menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

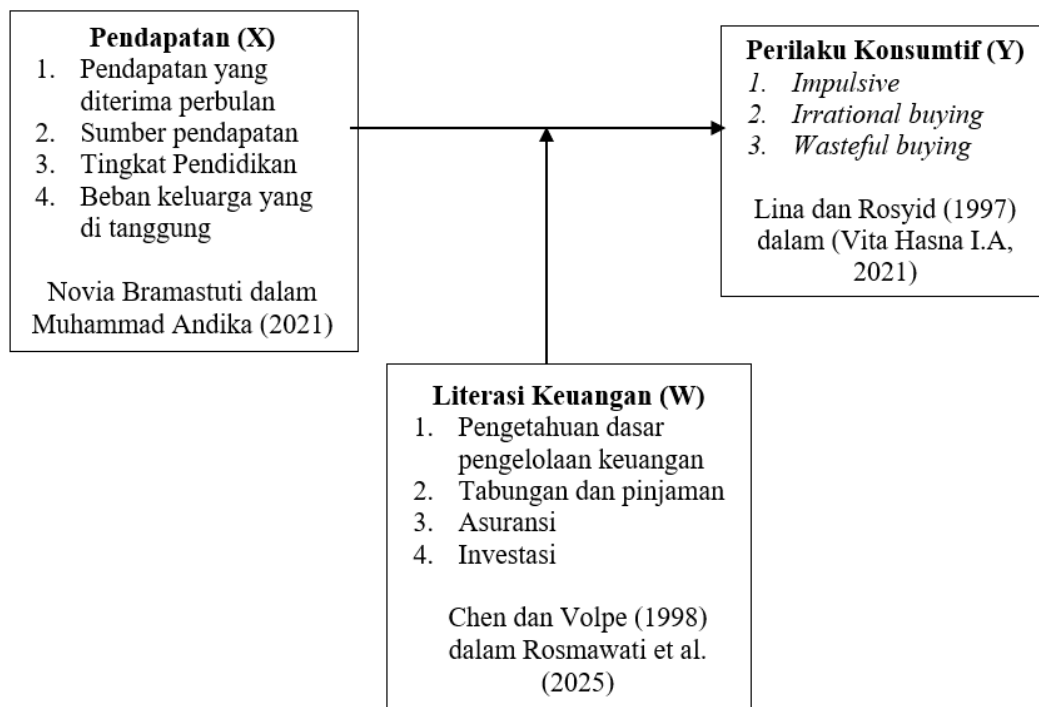
Lusardi dan Mitchell menjelaskan bahwa literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami konsep-konsep dasar keuangan serta menerapkannya dalam pengelolaan keuangan secara efektif. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu membuat keputusan finansial secara lebih rasional, mengendalikan pengeluaran, dan menggunakan sumber daya keuangan secara bijaksana sehingga kecenderungan untuk berperilaku konsumtif dapat diminimalkan. Temuan tersebut didukung oleh penelitian Sudiro (2022), Melina dkk. (2018), Maria (2022), dan Ulfa dkk. (2022), yang membuktikan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Yang Dimoderasi Literasi Keuangan

Menurut Dewi et al. (2021),

individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional karena memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, besarnya pendapatan yang diterima perlu diimbangi dengan tingkat literasi keuangan yang baik agar pengeluaran dapat dikelola secara efektif dan tidak mendorong perilaku konsumtif. Namun demikian, hasil penelitian Aini (2024) menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Di sisi lain, Yudasella dan Krisnawati (2019) menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi salah satu strategi untuk menekan perilaku konsumtif mahasiswa melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan finansial. Dengan demikian, individu yang memiliki literasi keuangan yang memadai diharapkan mampu memanfaatkan pendapatannya secara lebih bijaksana sehingga kecenderungan untuk melakukan konsumsi yang berlebihan dapat dikurangi.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara pendapatan, perilaku konsumtif, dan peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi, penelitian ini menyajikan kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antarvariabel sebagai berikut.



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Mengacu pada latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Literasi keuangan memoderasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi melalui pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan terdiri

atas data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang relevan, seperti artikel ilmiah, jurnal, dan referensi lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Sementara itu, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang selama periode penelitian tahun 2024–2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2021 yang berjumlah 410 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 80 responden. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2021 dengan melibatkan 80 responden sebagai sampel penelitian. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif serta menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam

hubungan tersebut. Penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif dan verifikatif untuk mengolah data yang diperoleh. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) melalui aplikasi SmartPLS versi 4 guna menguji hubungan dan besarnya pengaruh antarvariabel dalam model penelitian.

Table 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	17	21%
	Perempuan	63	79%
	Total	80	100%
Usia	17-20 Tahun	18	22%
	21 – 24 Tahun	59	74%
	> 25 Tahun	3	4%
	Total	80	100%
Status Pekerjaan	Mahasiswa	45	56%
	Mahasiswa dan bekerja	29	36%
	Mahasiswa dan usaha	6	8%
	Total	80	100%
Sumber Pendapatan	Keuntungan usaha	5	6%
	Uang saku	43	54%
	Uang saku dan Keuntungan usaha	1	1%
	Gaji	31	39%
	Total	80	100%
Pendapatan per bulan	1.000.000-3.000.000	51	64%
	3.000.000-5.000.000	13	16%
	> 5.000.000	16	20%
	Total	80	100%
Pengeluaran paling banyak	Belanja keinginan	14	17%
	Hiburan	4	5%
	Hobi	6	7 %
	Investasi	6	7%
	Makanan	36	45%
	Menabung	14	19%
	Total	80	100%

Sumber : Data kuesioner, 2025

Karakteristik Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap setiap indikator pada variabel

pendapatan, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif. Nilai rata-rata (mean) digunakan sebagai dasar dalam mendeskripsikan kecenderungan jawaban responden.

Tabel 5. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Mean	Kategori
Pendapatan (X)	X1 = Pendapatan yang diterima per bulan	2,96	Sedang
	X2 = Sumber pendapatan	2,98	Sedang
	X3 = Tingkat Pendidikan	2,99	Sedang
	X4 = Beban keluarga yang ditanggung	2,99	Sedang
	Rata-rata Variabel Pendapatan	2,98	Sedang
Literasi Keuangan (W)	W1 = Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan	2,96	Sedang
	W2 = Tabungan dan pinjaman	2,98	Sedang
	W3 = Asuransi	2,96	Sedang
	W4 = Investasi	2,96	Sedang
	Rata-rata Variabel Literasi Keuangan	2,97	Sedang
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1 = <i>Impulsive Buying</i>	2,96	Sedang
	Y2 = <i>Irrational Buying</i>	2,96	Sedang
	Y3 = <i>Wasteful Buying</i>	2,98	Sedang
	Rata-rata Variabel Perilaku Konsumtif	2,97	Sedang

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan Tabel diatas, variabel Pendapatan (X) memiliki nilai rata-rata sebesar 2,98 yang termasuk dalam kategori sedang. Di antara seluruh indikator, Tingkat Pendidikan (X3) dan Beban Keluarga yang Ditanggung (X4) memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 2,99, sehingga menjadi indikator yang paling menonjol dalam membentuk variabel pendapatan. Sementara itu, indikator Pendapatan yang Diterima per Bulan (X1) memperoleh nilai rata-rata terendah yaitu 2,96. Meskipun demikian, perbedaan nilai rata-rata antarindikator relatif kecil sehingga menunjukkan bahwa seluruh indikator memberikan kontribusi yang hampir sama dalam menggambarkan variabel pendapatan.

Pada variabel Literasi Keuangan

(W) diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,97 yang termasuk kategori sedang. Indikator Tabungan dan Pinjaman (W2) memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 2,98, sehingga menjadi aspek yang paling dominan dalam menggambarkan literasi keuangan responden. Sementara itu, indikator Pengetahuan Dasar Pengelolaan Keuangan (W1), Asuransi (W3), dan Investasi (W4) memiliki nilai rata-rata yang sama, yaitu 2,96. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman responden mengenai tabungan dan pinjaman sedikit lebih baik dibandingkan aspek literasi keuangan lainnya.

Selanjutnya, variabel Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 2,97 yang juga berada pada kategori sedang. Indikator Wasteful Buying (Y3) memperoleh nilai rata-rata

tertinggi yaitu 2,98, sehingga menunjukkan bahwa kecenderungan melakukan pembelian secara berlebihan merupakan aspek yang paling menonjol pada perilaku konsumtif responden. Sementara itu, indikator Impulsive Buying (Y1) dan Irrational Buying (Y2) memiliki nilai rata-rata sebesar 2,96. Perbedaan nilai rata-rata antarindikator yang relatif kecil menunjukkan bahwa ketiga indikator memberikan kontribusi yang hampir seimbang dalam menggambarkan perilaku konsumtif responden.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Models*)

Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai kualitas indikator dalam merefleksikan konstruk laten yang diteliti. Evaluasi terhadap *outer model* dilakukan dengan menguji beberapa kriteria, yaitu *loading factor*, *Average Variance Extracted* (AVE), *composite reliability*, dan *discriminant validity* (Latan & Ghazali, 2015).

Melalui pengujian tersebut, penelitian ini mengevaluasi validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas instrumen untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat keabsahan dan konsistensi yang memadai sebelum dilakukan analisis pada model struktural.

1. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang menjadi representasinya secara tepat. Penilaian terhadap validitas konvergen dilakukan dengan memperhatikan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai *outer loading* pada setiap indikator mencapai sedikitnya 0,70 dan nilai AVE melebihi 0,50, sebagaimana kriteria yang dikemukakan oleh Ghazali dan Latan (2015).

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	<i>Outer Loadings</i>	Keterangan
Pendapatan (X)	X1	0,962	Valid
	X2	0,965	Valid
	X3	0,947	Valid
	X4	0,970	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,940	Valid
	Y2	0,941	Valid
	Y3	0,949	Valid
Literasi Keuangan (W)	W1	0,920	Valid
	W2	0,964	Valid
	W3	0,976	Valid
	W3	0,963	Valid

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Hasil uji *outer loading* menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,70, yaitu antara 0,920–0,976. Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Perilaku Konsumtif dinyatakan valid dan

memenuhi kriteria validitas konvergen.

Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengukur kemampuan suatu konstruk dalam menjelaskan varians indikator-indikator yang membentuknya.

Tabel 2. Validitas Konvergen AVE

Variabel	AVE	Kriteria	Keterangan
Pendapatan (X)	0,924	> 0,50	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	0,890	> 0,50	Valid
Literasi Keuangan (W)	0,914	> 0,50	Valid

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE), seluruh variabel

Hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Variabel Pendapatan (X), Literasi Keuangan (W), dan Perilaku Konsumtif (Y) masing-masing memperoleh nilai AVE sebesar 0,924, 0,914, dan 0,890. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dalam merepresentasikan konstruk yang

diukur.

2. Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa masing-masing konstruk dalam model memiliki tingkat perbedaan yang memadai. Dalam penelitian ini, evaluasi dilakukan menggunakan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Menurut Hair et al. (2022), nilai HTMT yang berada di bawah 0,90 menunjukkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 3. Uji Validitas Diskriminan *Fornell-Larcker Criterion*

Variabel	Literasi Keuangan (W)	Pendapatan (X)	Perilaku Konsumtif (Y)
Literasi Keuangan (W)	-	-	-
Pendapatan (X)	0,053	-	-
Perilaku Konsumtif (Y)	0,125	0,718	-
Literasi Keuangan (W) x Pendapatan (X)	0,195	0,161	0,063

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Hasil pengujian HTMT menunjukkan bahwa seluruh nilai antar konstruk berada di bawah 0,90, sehingga seluruh variabel dalam penelitian dinyatakan memenuhi validitas diskriminan. Artinya, setiap konstruk mampu membedakan dirinya dengan konstruk lainnya dan layak digunakan untuk analisis pada tahap selanjutnya.

3. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur setiap konstruk yang diteliti. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Menurut Hair et al. (2022), suatu konstruk dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* melebihi 0,70.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

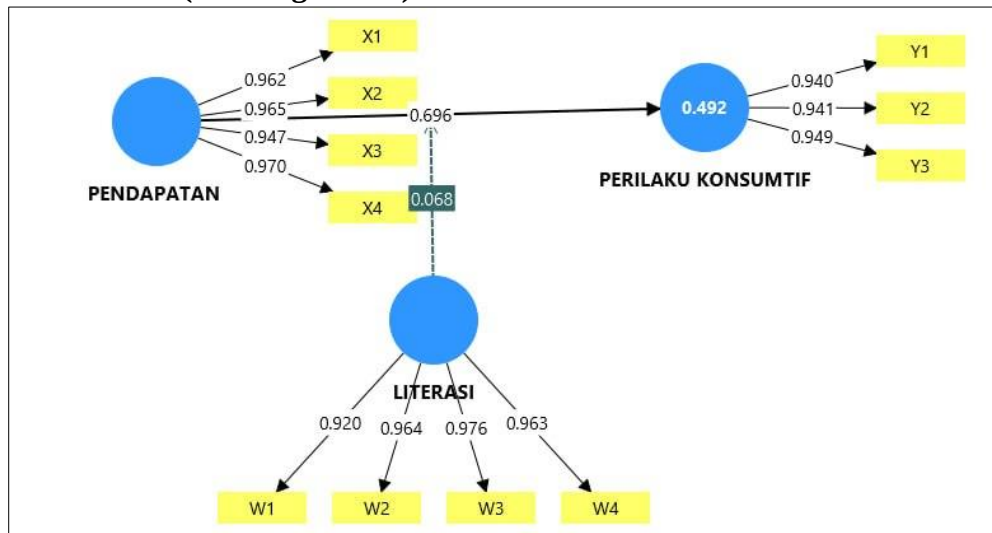
Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Pendapatan (X)	0,972	0,980	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,938	0,960	Reliabel
Literasi Keuangan (W)	0,971	0,977	Reliabel

Sumber : *Output SmartPLS 4, 2025*

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* masing-masing berada di atas 0,70. Variabel Pendapatan (X) memperoleh nilai sebesar 0,972 dan 0,978, Literasi

Keuangan (W) sebesar 0,971 dan 0,977, serta Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,938 dan 0,960. Dengan demikian, seluruh konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*) Hasil Model PLS (PLS Algorithm)

**Gambar 4. Hasil Bootstrapping**

Sumber : *Output SmartPLS 4, 2025*

Berdasarkan model PLS yang diperoleh, seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70 sehingga memenuhi kriteria validitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,696. Sementara itu, Literasi Keuangan sebagai variabel moderasi menghasilkan koefisien sebesar 0,068, yang mengindikasikan adanya efek

moderasi positif dengan kekuatan yang relatif rendah. Nilai *R-Square* sebesar 0,492 menunjukkan bahwa Pendapatan bersama efek moderasi Literasi Keuangan mampu menjelaskan 49,2% variasi Perilaku Konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 50,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

1. *R-Square*

Koefisien determinasi (*R-Square*)

digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Nilai *R-Square* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang semakin baik. Menurut Hair et al. (2022), nilai *R-Square* sebesar 0,75 termasuk kategori kuat, nilai 0,50 berada pada kategori sedang, sedangkan nilai 0,25 menunjukkan kategori lemah.

Tabel 5. Pengujian *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Perilaku Konsumtif (Y)	0,492

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Merujuk pada hasil analisis, nilai *R-square* sebesar 0,492 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 49,2% variasi Perilaku Konsumtif,

sedangkan 50,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Dengan demikian, nilai *R-Square* sebesar 0,492 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang sedang (moderate) terhadap variabel Perilaku Konsumtif.

2. *F Square*

Uji *effect size* (f^2) digunakan untuk mengevaluasi besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen dalam menjelaskan perubahan pada variabel endogen. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2022), nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh yang kecil, nilai 0,15 mencerminkan pengaruh sedang, sedangkan nilai 0,35 atau lebih mengindikasikan pengaruh yang besar.

Tabel 6. Pengujian *F Square*

Variabel	<i>f-square</i> (f^2)	Interpretasi
Pendapatan (X) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0,929	Pengaruh besar
Literasi keuangan (W) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0,022	Pengaruh kecil
Literasi keuangan (W) x Pendapatan (X) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0,009	Pengaruh sangat kecil

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai f^2 Literasi Keuangan (W) sebesar 0,022, yang menunjukkan pengaruh kecil terhadap Perilaku Konsumtif. Variabel Pendapatan (X) memiliki nilai f^2 sebesar 0,929, yang menunjukkan pengaruh besar terhadap Perilaku Konsumtif. Sementara itu,

variabel interaksi Literasi Keuangan × Pendapatan memiliki nilai f^2 sebesar 0,009, yang menunjukkan bahwa efek moderasi yang diberikan sangat kecil atau dapat diabaikan.

3. Pengujian Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Tabel 7. Hasil *Path Coefficients*

Hipotesis	Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T Statistics	T Tabel	P Values
H1	Pendapatan => Perilaku Konsumtif	0,696	11,688	0,000	Diterima
H2	Literasi Keuangan => Perilaku Konsumtif	-0,108	1,139	0,255	Ditolak
H3	Literasi x Pendapatan => Perilaku Konsumtif	0,068	1,000	0,318	Ditolak

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, H1 diterima karena memiliki nilai T-statistics sebesar 11,688 ($>1,96$) dan P-values sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

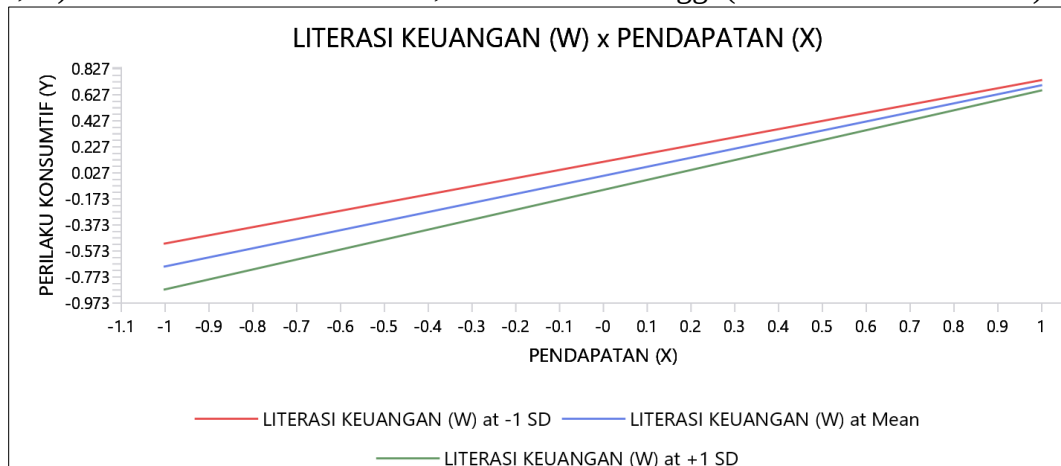
Selanjutnya, H2 ditolak karena nilai T-statistics sebesar 1,139 ($<1,96$) dan P-values sebesar 0,255 ($>0,05$). Dengan demikian, Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, meskipun koefisien jalurnya bernilai negatif (-0,108).

Sementara itu, H3 juga ditolak karena nilai T-statistics sebesar 1,000 ($<1,96$) dan P-values sebesar 0,318

($>0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif.

4. Analisis Simple Slope

Analisis Simple Slope dilakukan untuk memberikan gambaran visual mengenai hubungan antara variabel pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada tingkat literasi keuangan yang berbeda. Analisis ini bertujuan untuk memperlihatkan pola hubungan antara variabel independen dan variabel dependen ketika variabel moderasi berada pada kondisi rendah (-1 Standard Deviation), sedang (Mean), dan tinggi ($+1$ Standard Deviation).



Gambar 4. Simple Slope Analysis

Sumber : *Output SmartPLS 4*, 2025

Berdasarkan Gambar 4.8, ketiga garis menunjukkan kemiringan (*slope*) yang positif, yang mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif pada setiap tingkat literasi keuangan. Secara visual, responden dengan tingkat literasi keuangan rendah cenderung memiliki perilaku konsumtif yang sedikit lebih tinggi dibandingkan responden dengan literasi keuangan sedang maupun tinggi. Meskipun demikian, perbedaan antar garis tidak terlalu mencolok karena pola kemiringannya relatif serupa.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa literasi keuangan belum mampu mengubah hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif secara berarti. Hasil ini konsisten dengan analisis *Path Coefficients*, yang menunjukkan bahwa interaksi antara pendapatan dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (T -statistics = 1,000; P -values = 0,318). Oleh karena itu, literasi keuangan tidak terbukti berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,696 dengan *p-value* sebesar 0,000. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan cenderung diikuti oleh meningkatnya perilaku konsumtif individu.

Temuan penelitian ini mendukung *Absolute Income Hypothesis* yang dikemukakan oleh Keynes (1936), yang menjelaskan bahwa tingkat konsumsi dipengaruhi oleh besarnya pendapatan yang diterima. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan dan kecenderungannya untuk melakukan konsumsi. Sejalan dengan teori tersebut, Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa peningkatan pendapatan akan memperkuat daya beli konsumen, sehingga mendorong individu untuk memenuhi berbagai kebutuhan maupun keinginan melalui aktivitas konsumsi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menguatkan bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif. Individu yang memiliki pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan pengeluaran, termasuk konsumsi yang didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan.

Pengaruh Literasi terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini

tercermin dari nilai koefisien jalur sebesar -0,108 dengan *p-value* sebesar 0,255. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki responden belum mampu memengaruhi perilaku konsumtif secara langsung, sehingga perbedaan tingkat literasi keuangan tidak menjadi penentu utama dalam munculnya perilaku konsumsi yang berlebihan.

Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami serta menerapkan pengetahuan mengenai konsep-konsep keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguasaan pengetahuan keuangan belum tentu diikuti oleh perilaku konsumsi yang lebih rasional. Huston (2010) juga menjelaskan bahwa perilaku keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, tetapi juga oleh faktor lain, seperti kondisi psikologis, kebiasaan, dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, meskipun seseorang memiliki pemahaman keuangan yang baik, hal tersebut belum tentu mampu mengurangi kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif yang Dimoderasi oleh Literasi Keuangan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien interaksi sebesar 0,068 dengan *p-value* sebesar 0,318, yang mengindikasikan bahwa efek moderasi yang dihasilkan tidak signifikan. Dengan demikian, literasi keuangan belum mampu

memperkuat maupun memperlemah pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Baron dan Kenny (1986), variabel moderasi merupakan variabel yang dapat memengaruhi arah atau kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Keberadaan variabel moderasi diharapkan dapat mengubah besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi tersebut tidak terjadi pada literasi keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif cenderung tetap, meskipun responden memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda. Dengan kata lain, literasi keuangan belum mampu memberikan perubahan yang berarti terhadap pengaruh pendapatan dalam membentuk perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pendapatan yang dimiliki individu, semakin besar kecenderungannya untuk melakukan konsumsi secara berlebihan. Sebaliknya, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga tingkat literasi keuangan belum mampu menjelaskan perubahan perilaku konsumsi secara langsung. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif, sehingga tidak mampu memperkuat maupun memperlemah

pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif.

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan merupakan faktor yang berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif. Sementara itu, literasi keuangan, baik sebagai variabel independen maupun sebagai variabel moderasi, belum terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dalam model penelitian yang digunakan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, individu disarankan untuk lebih bijaksana dalam mengelola pendapatan dengan mengendalikan pengeluaran sesuai kebutuhan agar peningkatan pendapatan tidak mendorong munculnya perilaku konsumtif yang berlebihan. Pengelolaan keuangan yang baik diharapkan dapat membantu individu dalam mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional.

Bagi pemerintah dan lembaga terkait, upaya peningkatan literasi keuangan sebaiknya tidak hanya difokuskan pada pemberian pengetahuan, tetapi juga disertai dengan program yang mendorong penerapan perilaku keuangan yang sehat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, institusi pendidikan diharapkan dapat mengembangkan pembelajaran literasi keuangan yang lebih aplikatif sehingga peserta didik tidak hanya memahami konsep keuangan, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif, seperti kontrol diri, gaya hidup, dan lingkungan sosial. Penelitian berikutnya juga dapat melibatkan cakupan responden yang

lebih luas serta jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Astuti, R. D., & Angelina, L. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 3(1), 81–89.
<https://doi.org/10.20885/JKEK.v0i3.iss1.art11>
- Bramastuti, N. (2009). *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Feriyanto, A., & Triana, E. S. (2015). *Pengantar Manajemen (3 in 1)*. Yogyakarta: Mediatara.
- Harnanto. (2019). *Dasar-Dasar Akuntansi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Edisi Revisi). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- IDX Channel. (2023). 60% peminjam pinjol berasal dari generasi milenial dan Gen Z. <https://www.idxchannel.com/>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP)*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Imam Ghozali, & Hengky Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Edisi ke-2). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayani, D. H. (2022, January 13). *Gen Z paling banyak belanja untuk internet dan makan*. Databoks Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/5e69c42b618f604/gen-z-paling-banyak-belanja-untuk-internet-dan-makan>
- Joseph F. Hair Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, & Marko Sarstedt. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. Macmillan.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh literasi keuangan, modernitas individu, uang saku dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71.
- Lina, dan Rosyid, H. F. 1997. "Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri." *Psikologika*, 2(4), 5–13.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (2015). *Consumer Behavior: Concept and Application*. Singapore: McGraw-Hill.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Strategi Nasional Literasi*

- Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Purwidiyanti, W., & Mudjiyanti, R. (2016). Analisis Pengaruh Pengalaman Keuangan dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan Keluarga di Kecamatan Purwokerto Timur. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 141–148.
- Renaldi, A., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan yang dimoderasi gender pada mahasiswa Manajemen UBP Karawang*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10), 6099–6117. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2712>.
- Rosmawati, E., Suherman, U., & Pranata, R. M. (2025). *Analisis ketahanan keuangan berdasarkan literasi keuangan dan literasi digital pada UMKM kawasan kuliner Kertabumi*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1733>
- Sina, P. G. (2013). *Financial Efficacy dan Financial Satisfaction: Ditinjau dari Perbedaan Gender*. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 173–184.
- Soetiono, K. S., & Setiawan, C. (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Depok: Rajawali Pers.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. HarperBusiness.
- Vita Hasna I.A. 2021. *(Lengkapi sesuai judul skripsi atau jurnal yang digunakan sebagai sumber.)*
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., dan Mariana, R. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang." *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Yudasella, M., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–679.