

ANALISA MODERASI LITERASI KEUANGAN PADA HASRAT KONSUMTIF DAN FAKTOR LINGKUNGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN PENGGUNA E-COMMERCE

Herlina, Fuji Rahayu Wilujeng

Data Sains, Universitas Bunda Mulia
Jalan Lodan Raya No.2, Jakarta Utara, Indonesia
herlina@bundamulia.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital, e-commerce, dan berbagai promo mendorong individu melakukan berbagai transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan praktis yang menyebabkan meningkatkan perilaku konsumtif individu. Selain hasrat konsumtif, faktor lingkungan turut memengaruhi perilaku keuangan individu. Kemampuan pengelolaan keuangan menunjukkan bahwa pemahaman literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku keuangan menjadi lebih bijak dan bertanggung jawab. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perilaku keuangan dan tingkat literasi keuangan pengguna e-commerce, serta menguji pengaruh hasrat konsumtif dan faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif kausalitas dengan analisis deskriptif dan regresi linier. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 192 responden pengguna e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku keuangan pengguna e-commerce cenderung konsumtif yang ditandai dengan pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian non rasional akibat pengaruh kemudahan transaksi digital, promo, dan gaya hidup konsumtif. Meskipun demikian, tingkat literasi keuangan responden tergolong baik, terutama pada aspek tabungan dan investasi, namun pemahaman mengenai pengelolaan pinjaman masih perlu ditingkatkan. Secara parsial maupun simultan, hasrat konsumtif dan faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, dengan faktor lingkungan sebagai variabel paling dominan. Literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh hasrat terhadap perilaku keuangan, namun mampu memoderasi pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan.

Kata kunci : *perilaku keuangan, Hasrat konsumtif, Faktor Lingkungan, Moderasi literasi keuangan*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah meningkatnya penggunaan e-commerce sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi jual beli. Kemudahan akses, promosi digital seperti diskon, *flash sale*, gratis ongkir dan adanya layanan *paylater* (*buy now pay later*) menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif, yang memengaruhi keputusan pembelian tanpa pertimbangan keuangan yang matang [1].

Fenomena perilaku konsumtif pengguna e-commerce, terjadi karena kemudahan transaksi dan stimulasi konsumtif melalui promosi digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan di era digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perilaku keuangan konvensional. Perspektif *behavioral finance*, perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh bias psikologis seperti *impulsive buying* dan pengaruh social [2].

Bahkan, individu dengan tingkat literasi keuangan tertentu masih dapat menunjukkan perilaku konsumtif akibat faktor emosional dan lingkungan digital.

Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran dan membuat keputusan keuangan yang rasional. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam memahami risiko, mengelola pengeluaran, serta mengambil keputusan keuangan secara bijak. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengendalikan perilaku konsumtif dan lebih rasional dalam memanfaatkan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh e-commerce [3].

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68% [4].

Literasi keuangan masih tergolong rendah. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi penting untuk mendorong masyarakat agar mampu mengambil keputusan keuangan yang bijak, meningkatkan kesejahteraan, serta menghindari berbagai risiko keuangan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan dalam menekan perilaku konsumtif, termasuk dalam konteks penggunaan e-commerce dan layanan *paylater* [5].

Namun demikian, beberapa penelitian juga menemukan hasil yang beragam, di mana literasi

keuangan tidak selalu mampu mengurangi perilaku konsumtif secara signifikan karena adanya faktor lain seperti gaya hidup dan kontrol diri [6].

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji, yaitu bagaimana perilaku keuangan pengguna e-commerce dalam mengelola keuangan serta bagaimana tingkat pemahaman literasi keuangan pada pengguna e-commerce. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji pengaruh hasrat konsumtif terhadap perilaku keuangan dan pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan. Penelitian ini turut menganalisis peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi, yaitu dalam memoderasi pengaruh hasrat konsumtif terhadap perilaku keuangan serta memoderasi pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku keuangan pengguna e-commerce dalam mengelola keuangan di tengah perkembangan teknologi digital dan berbagai promo transaksi yang semakin meningkat. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi keuangan pengguna e-commerce, menganalisis pengaruh hasrat konsumtif dan faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan, serta menguji peran literasi keuangan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antarvariabel tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang perilaku keuangan dan literasi keuangan di era digital.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada responden pengguna e-commerce. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis regresi dan uji moderasi untuk mengetahui pengaruh langsung maupun interaksi antarvariabel penelitian. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai pentingnya literasi keuangan dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak dan rasional pada masyarakat pengguna e-commerce.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku keuangan

Behavioral Finance adalah keputusan keuangan individu tidak selalu rasional yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosi, dan bias kognitif [7].

Teori *behavioral finance* menjadi landasan dalam memahami bagaimana individu bertindak dalam mengelola keuangan. Perilaku nyata yang ditunjukkan individu dalam aktivitas keuangan dikenal sebagai *Perilaku keuangan*, yang terdiri dari merencanakan, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan yang dimilikinya [8].

Perilaku keuangan merupakan manifestasi langsung dari konsep *behavioral finance* dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Perilaku keuangan adalah perilaku keuangan merupakan segala bentuk tindakan individu yang

berhubungan dengan cara mengelola keuangan. Bentuk perilaku ini umumnya mencakup penggunaan uang tunai, pemanfaatan kredit, serta kebiasaan dalam menabung [9].

Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan karena adanya teknologi yang berkembang serta maraknya beragam insentif menarik seperti promo, diskon, dan cashback yang ditawarkan oleh penyedia layanan fintech turut memperkuat daya tariknya di kalangan konsumen [10].

Kehadiran fintech menimbulkan perilaku konsumtif berlebihan yang mendorong pemborosan jika tidak disertai literasi keuangan [11].

Konsumen cenderung lebih mudah mengeluarkan uang karena tidak merasakan sensasi kehilangan fisik sebagaimana saat menggunakan uang tunai. Kondisi ini dapat mengaburkan batas antara kebutuhan dan keinginan, serta mendorong perilaku konsumtif yang tidak terencana dan berlebihan [10].

Indikator pengukuran perilaku konsumtif menurut Setiaji 2013 dalam [12] sebagai berikut:

- Aspek motif, merupakan dorongan-dorongan yang bersifat rasional maupun yang irasional, ikut-ikutan atau uji coba.
- Aspek Kemutakhiran Mode, dorongan adanya keinginan produk yang sedang populer.
- Aspek Inferiority Complex Berkaitan dengan masalah harga diri yang rendah, kurang percaya diri, gengsi.

Manajemen keuangan berperan penting dalam perencanaan keuangan individu, terutama di tengah ketidakstabilan makroekonomi. Perilaku manajemen keuangan yang efektif membantu individu mengelola sumber daya, risiko, dan mencapai keberlanjutan keuangan, sehingga penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya.

2.2. Literasi Keuangan

Istilah literasi keuangan pertama kali diperkenalkan pada tahun 1787 di Amerika Serikat oleh John Adams dalam suratnya kepada Thomas Jefferson yang menekankan perlunya literasi keuangan untuk mengatasi kebingungan dan kesulitan akibat ketidaktahan terhadap kredit, peredaran uang, dan sifat mata uang, yang kemudian berkembang dan terus digunakan berulang kali oleh peneliti, organisasi, serta pemerintah dengan penekanan yang berbeda-beda [13].

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk mengelola keuangan secara efektif meliputi memahami konsep keuangan dasar, mengelola anggaran dan pengeluaran, membuat keputusan investasi yang tepat dan Mengelola risiko keuangan. Literasi keuangan sering dikaitkan dengan perilaku keuangan seperti menabung, investasi, meminjam, dan manajemen risiko [14].

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan yang tepat terkait keuangan,

yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku keuangan [4].

Literasi keuangan membantu individu membuat keputusan keuangan untuk jangka panjang. Indikator literasi keuangan terdiri dari pengetahuan keuangan dasar, kemampuan mengelola keuangan, sikap terhadap uang, pengambilan keputusan keuangan [15].

Menurut Huston literasi keuangan terdiri dari empat katagori utama yaitu [16]:

- a. Keuangan pribadi dasar, berhubungan dengan pengetahuan individu tentang konsep uang, keputusan pembelian, dan konsep akuntansi keuangan pribadi.
- b. Pengelolaan Pinjaman, berhubungan dengan kemampuan menghubungkan sumber daya masa depan dengan masa kini melalui penggunaan kartu kredit dan pinjaman.
- c. Tabungan/Investasi, berhubungan dengan kemampuan menyimpan sumber daya saat ini untuk digunakan di masa depan melalui penggunaan rekening tabungan, saham, obligasi, atau reksa dana
- d. Manajemen Risiko, berhubungan dengan kemampuan menjaga sumber daya melalui produ asuransi atau teknik manajemen risiko lainnya.

Literasi keuangan menjadi hal yang penting yang harus dipahami dalam keuangan digital untuk mengoptimalkan usaha [17].

Literasi keuangan menjadi kunci sukses individu atau kolektif dan berkelanjutan untuk perencanaan keuangan dimasa depan serta mendukung system ekonomi untuk menjaga stabilitas keuangan [18].

Faktor faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan meliputi pendidikan, pendapatan, usia, jenis kelamin, dan lokasi geografis [14].

Literasi keuangan yang lebih tinggi menghasilkan perilaku keuangan yang lebih baik, termasuk dalam menabung, menyusun anggaran, dan pengambilan keputusan investasi yang efektif, sementara literasi yang rendah berkaitan dengan stres keuangan [19].

Hasil penelitian terdahulu, mengungkapkan bahwa individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik lebih cenderung menabung, berinvestasi, dan menghindari utang yang berlebihan [14].

Literasi keuangan generasi muda masih tergolong rendah di banyak negara [13].

Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan. Individu dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan praktik manajemen keuangan yang lebih baik, sementara literasi keuangan yang lebih tinggi meningkatkan kemampuan individu dalam merencanakan, mengendalikan, dan membuat keputusan keuangan yang tepat [20].

2.3. Hasrat

Hasrat merupakan salah satu faktor internal yang berperan penting dalam memengaruhi perilaku individu, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasrat mencerminkan dorongan psikologis dari dalam diri yang muncul akibat keinginan untuk memperoleh kepuasan, kesenangan, atau pemenuhan emosional [21].

Hasrat dalam perspektif perilaku konsumen, dorongan ini termasuk dalam faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, motivasi (hasrat) merupakan kondisi ketika kebutuhan mencapai tingkat intensitas tertentu sehingga mendorong individu untuk bertindak dalam memenuhi keinginan tersebut [22].

2.4. Faktor Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor eksternal yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen, meliputi keluarga, teman, kelompok sosial, budaya, serta media. Konsumen sering kali menyesuaikan keputusan pembelian dengan norma dan tren di sekitarnya, sehingga pembelian tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dorongan sosial. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, faktor sosial dan budaya memiliki peran penting dalam memengaruhi preferensi dan perilaku konsumtif individu [22].

2.5. E-Commerce

E-commerce (electronic commerce) merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui platform digital, seperti website dan aplikasi online [23].

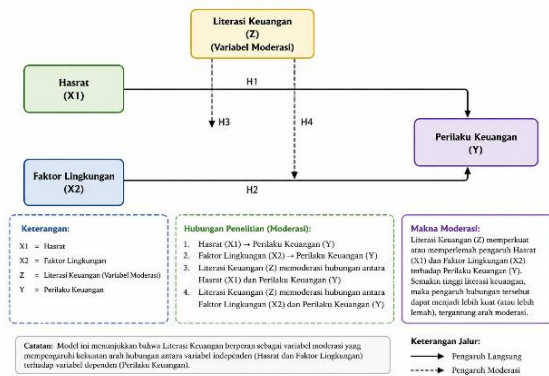
Perkembangan e-commerce didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan internet, sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi tanpa batasan waktu dan lokasi [24].

Selain itu, e-commerce menawarkan berbagai kemudahan seperti perbandingan harga, beragam pilihan produk, serta metode pembayaran yang fleksibel [25].

Namun, kemudahan ini juga dapat mendorong perilaku konsumtif. Kemudahan transaksi secara khusus telah mengubah perilaku individu dalam pembayaran serta mengelola keuangan sehari-hari [10]. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik sangat diperlukan agar individu mampu mengelola keuangan secara bijak dalam memanfaatkan *e-commerce* [26].

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel. Kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Berdasarkan latar belakang, dasar teori dan kerangka penelitian. Maka Hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: hasrat konsumtif memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan
H2: faktor lingkungan memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan
H3: moderasi literasi keuangan memiliki pengaruh pada hasrat terhadap perilaku keuangan
H4: moderasi literasi keuangan memiliki pengaruh pada faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan

Populasi penelitian adalah individu yang memiliki akun *e-commerce* dan pernah melakukan transaksi online. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling* dengan teknik eksidental yaitu individu yang bersedia berpartisipasi menjadi responden. Jumlah sampel minimal jika populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel yang direkomendasikan adalah 100-200 individu [27]. individu yang bersedia berpartisipasi menjadi responden sebesar 192 individu.

Instrumen penelitian terdiri dari 34 indikator yang menggunakan skala Likert 5 poin, di mana nilai 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan nilai 5 menunjukkan sangat setuju. Oleh sebab itu, data penelitian berupa data primer sehingga perlu dilakukan uji uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan kemampuan instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur secara tepat, sehingga data yang dihasilkan benar-benar mencerminkan variabel yang diteliti [28].

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi instrumen dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya meskipun digunakan berulang kali pada kondisi yang sama [29].

Teknik Analisa data menggunakan analisis jalur dengan bantuan program SPSS. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0,05$, sehingga hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai $p\text{-value} < 0,05$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

Tabel 1. Demografi Responden

Deskripsi		Frek.	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	104	54,17%
	Perempuan	88	45,83%
Usia	< 20 tahun	167	86,98%
	20-30 tahun	20	10,42%
	31-40 tahun	5	2,60%
Pendapatan	< Rp 3 juta	160	83,33%
	> Rp 10 juta	8	4,17%
	Rp 3-5 juta	18	9,38%
	Rp 5-10 juta	6	3,13%

Sumber: olah data

Hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 104 orang (54,17%), sedangkan responden perempuan berjumlah 88 orang (45,83%), sehingga komposisi responden relatif seimbang meskipun sedikit didominasi oleh laki-laki. Dari segi usia, sebagian besar responden berada pada kelompok usia kurang dari 20 tahun, yaitu sebanyak 167 orang (86,98%), diikuti oleh usia 20–30 tahun sebanyak 20 orang (10,42%) dan usia 31–40 tahun sebanyak 5 orang (2,60%). Berdasarkan tingkat pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari Rp 3 juta, yaitu sebanyak 160 orang (83,33%), diikuti oleh responden dengan pendapatan Rp 3–5 juta sebanyak 18 orang (9,38%), Rp 5–10 juta sebanyak 6 orang (3,13%), dan lebih dari Rp 10 juta sebanyak 8 orang (4,17%).

Secara umum karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh individu berusia muda (< 20 tahun) dengan tingkat pendapatan yang relatif rendah, sehingga hasil penelitian ini cenderung merepresentasikan kondisi perilaku kelompok tersebut.

4.2. Validitas dan Reliabilitas

Validitas untuk menguji apakah butir pernyataan dikatakan valid jika nilai $r > 0,3$ sedangkan dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,7. Berikut adalah hasil olah data validitas dan reliabilitas pada setiap variabel:

Tabel 2. Reliabilitas

Variabel	Cronbach	Hasil
Literasi keuangan	0,887	Reliabel
Hasrat konsumtif	0,705	Reliabel
Faktor lingkungan	0,855	Reliabel
Perilaku keuangan	0,970	Reliabel

Sumber: olah data

Nilai *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai di atas batas minimum (ca > 0,7). Dengan demikian, instrumen penelitian dinilai konsisten dan layak digunakan.

Tabel 3. Validitas

Var	Corrected Item-Total Correlation	Ket	Var	Corrected Item-Total Correlation	Ket
PDKP1	.576	Valid	Li1	.581	Valid
PDKP2	.552	Valid	Li2	.747	Valid
PDKP3	.587	Valid	Li3	.695	Valid
PDKP4	.584	Valid	Li4	.771	Valid
PP1	.510	Valid	PI1	.573	Valid
PP2	.402	Valid	PI2	.724	Valid
PP3	.549	Valid	PI3	.591	Valid
T1	.446	Valid	PI4	.675	Valid
T2	.641	Valid	Pe1	.767	Valid
T3	.589	Valid	Pe2	.729	Valid
T4	.634	Valid	Pe3	.745	Valid
MR1	.438	Valid	Pe4	.592	Valid
MR2	.582	Valid	PeNR1	.684	Valid
MR3	.611	Valid	PeNR2	.516	Valid
MR4	.607	Valid	PeNR3	.679	Valid
Ha1	.646	Valid	PeNR4	.669	Valid
Ha2	.455	Valid			
Ha3	.478	Valid			

Sumber: olah data

Keterangan

PDKP : Pengetahuan dasar keuangan pribadi
 PP : Pengelolaan pinjaman
 T : Tabungan/Investasi
 MR : Manajemen risiko
 Ha : Hasrat konsumtif
 Li : Lingkungan
 PI : Pembelian impulsif
 Pe : Pemborosan
 PeNR : Pembelian non rasional

Hasil uji validitas (tabel 3) seluruh item pada variabel penelitian memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30. Seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4.3. Analisis Faktor

Tabel 4. Indikator perilaku keuangan

	Communalities	Component Matrix
PI	.776	.881
Pe	.826	.909
PeNR	.769	.877
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,731
Uji Bartlett's Test of Sphericity		0,000
Variance explained		78,99%

Sumber: olah data

Hasil analisis faktor perilaku keuangan (tabel 4), nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* sebesar 0,731 menunjukkan tingkat kecukupan sampel yang baik, sehingga layak untuk dilakukan analisis faktor. Hasil *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 0,000 (<0,05), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antar indikator, sehingga analisis faktor dapat dilanjutkan. Nilai *communalities*, seluruh indikator memiliki nilai yang tinggi, yaitu PI (0,776), Pe (0,826), dan PeNR

(0,769), sehingga Setiap indikator mampu menjelaskan variabel perilaku keuangan karena nilai berada di atas 0,50. Hasil *component matrix* memiliki nilai faktor loading yang sangat kuat, yaitu PI (0,881), Pe (0,909), dan PeNR (0,877) karena berada di atas 0,70, yang berarti ketiga indikator memiliki hubungan yang sangat kuat dengan konstruk perilaku keuangan. Nilai *variance explained* sebesar 78,99% artinya ketiga indikator mampu menjelaskan variasi data.

Secara umum, *factor loading* variabel perilaku keuangan memiliki kualitas pengukuran yang sangat baik karena instrumen yang digunakan sangat representatif dalam mengukur variabel tersebut.

Tabel 5. Indikator literasi keuangan

	Communalities	Component Matrix
PDKP	.732	.855
PP	.589	.768
T	.753	.868
MR	.715	.845
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		0,809
Uji Bartlett's Test of Sphericity		0,000
Variance explained		69,715%

Sumber: olah data

Hasil analisis faktor (tabel 5), nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* sebesar 0,809, data memiliki tingkat kecukupan yang tinggi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Nilai *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 0,000 (<0,05), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antar indikator dalam variabel literasi keuangan. Hasil *communalities*, seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,50, yaitu berkisar antara 0,589 hingga 0,753. Setiap indikator mampu menjelaskan konstruk literasi keuangan dengan baik. Indikator dengan kontribusi terbesar adalah T (0,753), diikuti oleh PDKP (0,732) dan MR (0,715), sedangkan PP (0,589) meskipun paling rendah, tetap berada dalam kategori layak. Nilai *Variance Explained* sebesar 69,715% menunjukkan bahwa satu faktor utama sudah mampu menjelaskan sebagian besar variansi dari indikator literasi keuangan. Hasil *Component Matrix*, seluruh indikator memiliki nilai *factor loading* yang tinggi (>0,70), yaitu antara 0,768 hingga 0,868. Indikator T (0,868) merupakan yang paling dominan dalam merepresentasikan literasi keuangan.

4.4. Korelasi

Tabel 6. Korelasi antar Variabel

	Hasrat	Faktor Lingkungan	Literasi Keuangan	Perilaku Keuangan
Hasrat	1	.547**	.113	.557**
Faktor Lingkungan	.547**	1	-.033	.775**
Literasi Keuangan	.113	-.033	1	-.065
Perilaku Keuangan	.557**	.775**	-.065	1

Sumber: olah data

Nilai koefisien korelasi hasrat dengan faktor lingkungan sebesar 0,547** menunjukkan hubungan positif sedang dan signifikan, memiliki arti bahwa semakin tinggi pengaruh faktor lingkungan, maka hasrat cenderung meningkat. Nilai koefisien korelasi hasrat dengan literasi keuangan sebesar 0,113 menunjukkan hubungan positif sangat lemah dan tidak signifikan, memiliki arti bahwa literasi keuangan tidak memiliki hubungan yang kuat terhadap hasrat. Nilai koefisien korelasi hasrat dengan perilaku keuangan sebesar 0,557** menunjukkan hubungan positif sedang dan signifikan, memiliki arti bahwa semakin tinggi hasrat maka perilaku keuangan meningkat. Nilai koefisien korelasi faktor lingkungan dengan literasi keuangan sebesar -0,033 menunjukkan hubungan negatif sangat lemah dan tidak signifikan, memiliki arti bahwa faktor lingkungan hampir tidak memiliki hubungan dengan literasi keuangan. Nilai koefisien korelasi faktor lingkungan dengan perilaku keuangan sebesar 0,775** menunjukkan hubungan positif kuat dan signifikan, memiliki arti bahwa faktor lingkungan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku keuangan. Nilai koefisien korelasi literasi keuangan dengan Perilaku keuangan sebesar -0,065 menunjukkan hubungan negatif sangat lemah dan tidak signifikan, memiliki arti bahwa literasi keuangan hampir tidak berhubungan dengan perilaku keuangan.

4.5. Model regresi pengaruh langsung

Terdiri dari variabel independent Literasi Keuangan, Faktor Lingkungan, Hasrat. Variabel dependent perilaku keuangan. Hasil olah data menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 7. Model Regresi Pengaruh Langsung

	Koefisien	sig
(Constant)	13.051	.000
Hasrat	.763	.000
Faktor Lingkungan	1.822	.000
Literasi Keuangan	-.077	.143
Uji F	106.5	.000 ^b
Koef. Korelasi	0,793	
Koef. Determinasi	.630	

Sumber: olah data

Model regresi pengaruh langsung (tabel 7). Persamaan regresi ditulis sebagai berikut:

Perilaku keuangan = 13,051+ 0,763 Hasrat + 1,822 Faktor lingkungan – 0,077 Literasi Keuangan.

Secara uji Simultan/Global, nilai F hitung sebesar 106,500 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa variabel hasrat, faktor lingkungan, dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

Nilai koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,793 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel hasrat, faktor lingkungan, dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan berada pada kategori kuat. Nilai R Square sebesar 0,630 mengindikasikan bahwa sebesar 63% variasi perilaku keuangan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel dan sisanya sebesar 37% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara parsial, variabel hasrat memiliki nilai koefisien sebesar 0,763 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga hasrat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Variabel faktor lingkungan memiliki koefisien sebesar 1,822 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Variabel literasi keuangan memiliki koefisien sebesar -0,077 dengan nilai signifikansi 0,143 > 0,05, sehingga literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

4.6. Model regresi dengan moderasi

Terdiri dari variabel independent yaitu hasrat dan faktor lingkungan. Variabel dependent yaitu perilaku keuangan. Variabel moderasi literasi keuangan. Hasil olah data menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 8. Model Moderasi literasi keuangan

	Koefisien	sig
(Constant)	30.493	.033
Hasrat	2.482	.127
Faktor Lingkungan	-1.357	.202
Literasi Keuangan	-.349	.124
Hasrat* Literasi Keuangan	-.028	.284
Faktor Lingkungan * Literasi Keuangan	.051	.003
Uji F	68.499	.000 ^b
Koef. Korelasi	.805a	
Koef. Determinasi	.648	

Sumber: olah data

Model Moderasi literasi keuangan (tabel 8). Persamaan regresi ditulis sebagai berikut:

Perilaku keuangan = 30.493+ 0,2.482 Hasrat -1.357 Faktor lingkungan – 0.349 Literasi Keuangan – 0.028 Hasrat* Literasi Keuangan +0.51 Faktor lingkungan* Literasi Keuangan

Secara uji Simultan/Global, nilai F hitung sebesar 68.499 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

Nilai koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,805 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen terhadap perilaku keuangan berada pada

kategori kuat. Nilai *R Square* sebesar 0,648 mengindikasikan bahwa sebesar 64.8% variasi perilaku keuangan dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya sebesar 35.2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara parsial, variabel hasrat memiliki nilai koefisien sebesar 2.482 dengan nilai signifikansi $0,127 > 0,05$, sehingga hasrat tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Variabel faktor lingkungan memiliki koefisien sebesar -1.357 dengan nilai signifikansi $0,202 > 0,05$, sehingga faktor lingkungan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Variabel literasi keuangan memiliki koefisien sebesar -0,349 dengan nilai signifikansi $0,124 > 0,05$, sehingga literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

Moderasi Hasrat*Literasi Keuangan memiliki nilai koefisien -0.028 dengan signifikansi $0,284 > 0,05$ maka literasi keuangan belum mampu memoderasi hubungan Hasrat dengan perilaku keuangan.

Moderasi Faktor Lingkungan*Literasi Keuangan memiliki nilai koefisien 0.051 dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ maka literasi keuangan sudah mampu memoderasi hubungan Faktor Lingkungan dengan perilaku keuangan.

4.7. Bagaimana perilaku keuangan pengguna *e-commerce* dalam mengelola keuangan?

Hasil analisis faktor (tabel 5), perilaku keuangan pengguna *e-commerce* menunjukkan kecenderungan yang mengarah pada perilaku konsumtif dan pemborosan dalam pengelolaan keuangan. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai *communalities* memiliki nilai yang tinggi, nilai *component matrix*, memiliki nilai *factor loading* yang sangat kuat, mencerminkan perilaku keuangan responden yang belum bisa mengelola keuangan dan masih terkesan impulsif yang pada akhirnya boros. Nilai *variance explained* sebesar 78,99% menunjukkan bahwa satu faktor utama sudah mampu menjelaskan sebagian besar variasi data yaitu didominasi oleh satu pola perilaku yang sama.

Secara umum, perilaku keuangan pengguna *e-commerce* cenderung menunjukkan pola konsumtif, yang ditandai dengan adanya pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian non rasional. Responden belum sepenuhnya mampu mengelola keuangan secara optimal dalam kehidupan sehari-hari,

4.8. Bagaimana tingkat pemahaman literasi keuangan pada pengguna *e-commerce*?

Hasil analisis faktor terhadap empat indikator literasi keuangan, yaitu Pengetahuan Dasar Keuangan Pribadi (PDKP), Pengelolaan Pinjaman (PP), Tabungan/Investasi (T), dan Manajemen Risiko (MR), dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman literasi keuangan pada pengguna *e-commerce* berada pada kategori baik. Hasil *communalities* menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,50, yang berarti setiap aspek mampu menjelaskan variabel

literasi keuangan secara memadai. Indikator Tabungan/Investasi (T) memiliki nilai tertinggi (0,753), diikuti oleh PDKP (0,732) dan MR (0,715), yang menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut memiliki kontribusi yang kuat dalam membentuk literasi keuangan. Sementara itu, Pengelolaan Pinjaman (PP) memiliki nilai terendah (0,589), namun masih dalam kategori layak, sehingga tetap relevan dalam menjelaskan variabel. Hasil *component matrix* menunjukkan bahwa nilai *factor loading* ($>0,70$), yang menandakan hubungan yang kuat antara indikator dengan konstruk literasi keuangan. Pemahaman terkait pengelolaan tabungan dan investasi merupakan aspek yang paling menonjol dalam literasi keuangan pengguna *e-commerce*.

Secara umum, literasi keuangan sudah cukup baik, masih diperlukan peningkatan edukasi khususnya dalam pengelolaan pinjaman agar pengguna *e-commerce* dapat mengambil keputusan keuangan secara lebih bijak dan terhindar dari risiko utang yang tidak terkendali.

4.9. Bagaimana pengaruh hasrat terhadap perilaku keuangan?

Hasil penelitian, menunjukkan bahwa hasrat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan (*Financial Behavior*). Hasrat sering kali berkaitan dengan keinginan untuk membeli, memiliki, atau menggunakan sesuatu yang dipengaruhi oleh emosi, tren, maupun kepuasan pribadi. Pengaruh signifikan terjadi karena perilaku keuangan seseorang pada dasarnya tidak hanya dibentuk oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh aspek psikologis dan emosional. Individu yang memiliki hasrat tinggi cenderung lebih aktif melakukan aktivitas keuangan seperti pembelian barang, penggunaan layanan keuangan digital, maupun pengeluaran konsumtif lainnya. Pada era digital saat ini, kemudahan transaksi, promosi media sosial, diskon marketplace, dan gaya hidup modern semakin memperkuat dorongan hasrat konsumsi masyarakat [28].

Akibatnya, keputusan keuangan lebih sering dipengaruhi oleh keinginan emosional dibandingkan pertimbangan kebutuhan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, bahwa gaya hidup konsumtif dan perkembangan *financial technology* menyebabkan mahasiswa lebih mudah melakukan pengeluaran keuangan. Penelitian tersebut menemukan bahwa faktor psikologis dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa [30].

Penelitian lain menyebutkan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Penelitian ini menjelaskan bahwa dorongan gaya hidup dan keinginan individu menyebabkan meningkatnya aktivitas pengeluaran dan pengelolaan keuangan [31].

Hasrat berpengaruh signifikan terhadap Perilaku keuangan karena keputusan finansial individu sering kali dipicu oleh keinginan emosional, gaya hidup,

motivasi memperoleh kepuasan, serta pengaruh sosial dilingkungan sekitar. Semakin tinggi hasrat seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk melakukan aktivitas keuangan, baik dalam bentuk konsumsi, transaksi digital, maupun pengeluaran lainnya.

4.10. Bagaimana pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan?

Hasil penelitian, faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan (*financial behavior*). Lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk cara seseorang mengelola, menggunakan, dan mengambil keputusan terkait keuangan. Faktor lingkungan dapat mencakup lingkungan keluarga, teman sebaya, lingkungan pendidikan, media sosial, hingga kondisi sosial masyarakat. Individu cenderung meniru kebiasaan finansial yang ada di sekitarnya. Apabila seseorang berada dalam lingkungan yang terbiasa melakukan pengelolaan keuangan yang baik, seperti menabung, membuat perencanaan keuangan, dan mengontrol pengeluaran, maka individu tersebut cenderung memiliki perilaku keuangan yang baik. Sebaliknya, lingkungan yang konsumtif dapat mendorong perilaku boros dan pembelian impulsif. Pengaruh lingkungan menjadi semakin kuat pada era digital karena individu sangat mudah terpapar tren konsumsi melalui media sosial, marketplace, maupun kelompok pertemanan. Lingkungan sosial sering kali membentuk standar gaya hidup tertentu yang akhirnya memengaruhi keputusan keuangan seseorang.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian terdahulu, yang menemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, dimana individu cenderung mengikuti pola pengelolaan keuangan yang diterapkan dalam lingkungan keluarganya [32].

Faktor lingkungan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk perilaku keuangan individu karena lingkungan berperan sebagai sumber pembelajaran sosial yang memengaruhi kebiasaan, gaya hidup, dan pengambilan keputusan finansial seseorang.

4.11. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan?

Hasil penelitian, variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki responden belum tentu diikuti oleh penerapan perilaku keuangan yang baik dalam kehidupan sehari-hari. Ketika seseorang dapat memahami konsep keuangan seperti menabung, investasi, maupun pengelolaan pengeluaran, namun belum tentu mampu menerapkannya secara konsisten dalam perilaku aktual.

Hasil penelitian lain menyatakan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, sedangkan *self-control*

dan *lifestyle* justru berpengaruh signifikan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan saja belum cukup untuk membentuk perilaku keuangan yang baik tanpa adanya pengendalian diri dan kebiasaan yang mendukung [33].

Literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, meskipun mahasiswa memiliki pemahaman keuangan yang cukup baik, perilaku keuangan mereka masih lebih dipengaruhi oleh penggunaan *financial technology* dan inklusi keuangan [34].

Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, namun *locus of control* memiliki pengaruh signifikan, artinya kemampuan individu dalam mengendalikan diri dan mengambil keputusan lebih menentukan perilaku keuangan dibandingkan sekadar pengetahuan finansial [35].

Individu yang memahami tentang literasi keuangan belum tentu memengaruhi perilaku keuangan secara langsung. Oleh sebab itu, peningkatan perilaku keuangan tidak cukup hanya melalui edukasi finansial, tetapi juga perlu dibarengi pembentukan kebiasaan, pengendalian diri, dan lingkungan yang mendukung perilaku finansial yang sehat.

4.12. Bagaimana moderasi literasi keuangan pada pengaruh hasrat terhadap perilaku keuangan?

Pada pengujian moderasi, interaksi antara hasrat dan literasi keuangan memiliki koefisien sebesar -0,028 dengan signifikansi 0,284 ($> 0,05$). Artinya, literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara Hasrat terhadap Perilaku Keuangan. Tingkat literasi keuangan tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh hasrat terhadap perilaku keuangan. Secara teoritis, kondisi ini dapat terjadi karena hasrat atau dorongan konsumtif lebih dipengaruhi oleh aspek psikologis dan emosional dibandingkan kemampuan memahami keuangan. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi tetap dapat melakukan perilaku konsumtif apabila didorong oleh keinginan emosional, gaya hidup, atau kepuasan pribadi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu mampu memoderasi seluruh bias perilaku dalam pengambilan keputusan investasi, dimana efektivitas literasi keuangan sebagai variabel moderasi bergantung pada jenis perilaku atau bias yang dimiliki individu [36].

Dengan demikian, pemahaman keuangan belum tentu mampu mengendalikan hasrat konsumtif seseorang.

4.13. Bagaimana moderasi literasi keuangan pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan?

Pada pengujian moderasi, interaksi antara faktor lingkungan dan literasi keuangan memiliki koefisien

sebesar 0,051 dengan signifikansi 0,003 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan secara signifikan. koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, maka pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan menjadi semakin kuat. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu menyerap pengaruh positif dari lingkungan, seperti keluarga, pendidikan, teman sebaya, maupun media sosial dalam membentuk perilaku keuangan yang baik. Lingkungan yang mendukung pengelolaan keuangan akan menjadi lebih efektif apabila individu memiliki pemahaman keuangan yang memadai.

Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku investasi generasi milenial, dimana individu dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu memanfaatkan pengaruh lingkungan secara positif dalam pengambilan keputusan keuangan [37].

Lingkungan sosial dan literasi keuangan memiliki hubungan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab [33].

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku keuangan pengguna e-commerce cenderung menunjukkan pola konsumtif yang ditandai dengan pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian non rasional. Pengguna e-commerce belum sepenuhnya mampu mengelola keuangan secara optimal akibat pengaruh kemudahan transaksi digital, promo, dan gaya hidup konsumtif. Meskipun demikian, tingkat literasi keuangan responden berada pada kategori baik, terutama pada aspek tabungan dan investasi, meskipun pemahaman mengenai pengelolaan pinjaman masih perlu ditingkatkan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa hasrat konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Semakin tinggi hasrat individu, maka semakin besar kecenderungannya melakukan aktivitas konsumsi dan pengeluaran keuangan. Selain itu, faktor lingkungan turut berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, dimana lingkungan keluarga, teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup menjadi faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan finansial individu. Penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perilaku keuangan. Pengetahuan keuangan yang dimiliki individu belum tentu mampu diterapkan dalam perilaku keuangan sehari-hari tanpa adanya pengendalian diri dan kebiasaan yang baik. Pada pengujian moderasi, literasi keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh hasrat terhadap perilaku keuangan, namun mampu memoderasi pengaruh faktor lingkungan terhadap perilaku keuangan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan lebih efektif dalam memperkuat pengaruh

lingkungan yang positif dibandingkan mengendalikan dorongan emosional atau hasrat konsumtif individu.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku keuangan, seperti self-control, gaya hidup, financial technology, impulsive buying, dan tingkat pendapatan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penelitian berikutnya dapat memperluas objek dan jumlah responden pada berbagai kelompok usia, profesi, maupun wilayah sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas. Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan metode analisis yang lebih kompleks, seperti Structural Equation Modeling (SEM), agar hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel dapat dianalisis secara lebih mendalam. Di samping itu, penelitian berikutnya dapat mengkaji pengaruh perkembangan e-commerce, media sosial, serta promo digital terhadap perilaku keuangan masyarakat di era transformasi digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Syahla and Sudrajat, "The Influence Of Financial Literacy And E-Commerce On Student Consumptive Behavior," *Int. J. Econ. Dev. Res.*, vol. 4, no. 2, pp. 797–809, 2023, doi: <https://doi.org/10.37385/ijedr.v4i3.2546>.
- [2] A. Krisnawati, P. S. Fadila, P. Fariska, and N. A. Rizal, "Financial Literacy and Behavioral Bias Towards Consumptive Behavior : Evidence from Bandung , Indonesia," *J. Sos. dan Pembang.*, vol. 39, no. 2, pp. 353–361, 2023, doi: <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i2.2967>.
- [3] D. Febriana, W. Purwidiyanti, S. Wahyuni, and B. Cinintya, "Peran Perilaku Keuangan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keuangan di Era Digital," *Proaksi*, vol. 12, no. 4, pp. 727–742, 2025, doi: [10.32534/jpk.v12i4.8021](https://doi.org/10.32534/jpk.v12i4.8021).
- [4] OJK, "SIARAN PERS SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2022," 2022. [Online]. Available: <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- [5] E. Elliyana, A. Kurnia, and D. Ismayanti, "The Impact of Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Generation Z Paylater Users : A Study on E-Commerce Platforms," *J. Prod. Oper. Manag. Econ.*, vol. 04, no. 06, pp. 77–87, 2024, doi: <https://doi.org/10.55529/jpome.46.77.87>.
- [6] D. Alzura and S. O. Khalifaturrofiah, "How Students ' Use of E-Commerce , E-Money , Financial Literacy , Self- Control , and Lifestyle Affect Their Consumptive Behavior," *J. Ilmu Keuang. dan Perbank.*, vol. 13, no. Juni, 2024, doi: <https://doi.org/10.34010/jika.v13i2.12127>.
- [7] S. Asif, "Herd Consumption Behaviour of Indian Youth towards Luxury Fashion Brands : The

- Mediating Role of FoMO,” *J. Xidian Univ.*, vol. 14, no. 10, pp. 707–728, 2020, doi: <https://doi.org/10.37896/jxu14.10/075>.
- [8] R. H. Thaler, “Behavioral Economics: Past, Present, and Future †,” *Am. Econ. Rev.*, vol. 106, no. 7, pp. 1577–1600, 2016, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.1257/aer.106.7.1577%0ABehavioral>
- [9] J. J. Xiao, “Applying Behavior Theories to Financial,” in *Handbook of Consumer Finance Research*, 2008.
- [10] M. U. Sapsuha, R. D. A. Parmitasari, and I. Parakkasi, “Implications of the Use of Fintech Payment on Consumptive Behavior,” *J. Ilmiah Multidisiplin*, vol. 4, no. 3, pp. 965–979, 2025.
- [11] C. S. Putri and T. S. Sutjipto, “Analysis of Consumer Behavior in Online Shopping Islamic Perspective,” *Airlangga Int. J. Islam. Econ. Financ.*, vol. 5, no. 01, pp. 70–82, 2022, doi: [10.20473/aijief.v5i01.37475](https://doi.org/10.20473/aijief.v5i01.37475).
- [12] I. Asisi and Purwanto, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap PERilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 107–118, 2020, [Online]. Available: <https://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/671/426>
- [13] D. A. Clark and D. Goulet, “Financial Literacy among Youth,” *Int. J. Soc. Econ. Iss Int. J. Soc. Econ.*, vol. 29, no. 11, pp. 830–848, 2017, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.1108/03068290210446258%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1108/03068299710193543>
- [14] V. Mahandule, H. Patil, P. Padghan, and S. Temgire, “Financial Literacy in India,” *Int. J. Adv. Res. Sci. Commun. Technol.*, vol. 4, no. 1, pp. 127–136, 2024, doi: [10.58532/v3bdso17p6ch2](https://doi.org/10.58532/v3bdso17p6ch2).
- [15] A. F. M. J. Ahamed and Y. Limbu, “Role of Social Comparison Orientation on Financial Management Behavior in a Developing Nation: Examining the Mediating Role of Financial Self-Efficacy and the Moderating Effect of Financial Socialization,” *Emerald Publ. Ltd.*, vol. 38, no. 3, pp. 349–368, 2024, doi: [10.1108/BL-06-2024-0080](https://doi.org/10.1108/BL-06-2024-0080).
- [16] S. J. Huston, “Measuring Financial Literacy,” *J. Consum. Aff.*, vol. 44, no. 2, 2010.
- [17] L. D. Ariswati, M. Henrika, E. D. O. Irianto, R. N. Aini, and U. Mulawarman, “Digital Financial Literacy: Training for Woman Entrepreneurs in Managing Online Transaction Literasi Keuangan Digital: Pelatihan untuk Pengusaha Perempuan dalam Mengelola Transaksi Online,” *J. Sipakatau*, vol. 2, no. February, pp. 8–13, 2025.
- [18] G. M. Senaya, “Mitigating Financial Risks for Entrepreneurs in Emerging Markets Through Financial Literacy Mitigating Financial Risks for Entrepreneurs in Emerging Markets Through Financial Literacy,” *World J. Adv. Res. Rev.*, no. January, 2025, doi: [10.30574/wjarr.2025.25.1.0059](https://doi.org/10.30574/wjarr.2025.25.1.0059).
- [19] A. Sagayaraj and P. Dharshini, “Financial Literacy and its Impact on Individual Financial Behavior,” *Int. J. Sci. Strateg. Manag. Technol.*, vol. 2, no. 3, pp. 1–19, 2026, doi: [10.55041/ijst.v2i3.173](https://doi.org/10.55041/ijst.v2i3.173).
- [20] Peter, Herlina, and A. N. Saragi, “Income, Financial Literacy, and Financial Management Behavior,” *Glob. Manag. Int. J. Manag. Sci. Entrep.*, vol. 3, no. 1, pp. 14–21, 2026, doi: [10.70062/globalmanagement.v3i1.507](https://doi.org/10.70062/globalmanagement.v3i1.507).
- [21] Gowa, *Hasrat dan Pemenuhan akan yang Tak Pernah Ada*, no. 2012. 2024.
- [22] S. Qazzafi, “Factor Affecting Consumer Buying Behavior: A Conceptual Study,” *IJSRD - Int. J. Sci. Res. Dev.*, vol. 8, no. 2, pp. 1205–1208, 2020.
- [23] Herlina and F. R. Wilujeng, “Analysis of the Role of Digital Business Communication with Live Streaming Features in Shaping Consumer Attitudes, Interests and Trust,” *Formosa J. Appl. Sci.*, vol. 3, no. 5, pp. 2395–2404, 2024, doi: [10.55927/fjas.v3i5.9108](https://doi.org/10.55927/fjas.v3i5.9108).
- [24] K. C. Laudon and J. P. Laudon, *Management Information Systems*, Thirteenth. Pearson.
- [25] E. Turban, D. King, J. Lee, T.-P. Liang, and D. Turban, *Electronic Commerce A Managerial Perspective*. 2012.
- [26] OJK, “Literasi Keuangan Bagi Generasi Muda di Era Digital,” 2024.
- [27] J. F. Hair, Jr, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, M. Sarstedt, N. P. Danks, and S. Ray, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature Switzerland, 2021, doi: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- [28] J. Fernandes Andry, Herlina, and F. Marcellus Susanto, “Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (TAM),” *J. Technol. Informatics*, vol. 4, no. 2, pp. 63–68, Apr. 2023, doi: [10.37802/joti.v4i2.318](https://doi.org/10.37802/joti.v4i2.318).
- [29] Herlina and D. Widyaningrum, “Menakar Kecenderungan Perilaku Impulse Buying Belanja Online Generasi Millennial pada Masa Covid-19,” *Formosa J. Multidiscip. Res.*, vol. 1, no. 3, pp. 481–492, 2022, doi: [10.55927](https://doi.org/10.55927).
- [30] N. J. Feriz and K. R. Ariani, “Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Financial Technology, dan Locus of Control Terhadap PERilaku Keuangan Mahasiswa,” *EDUNOMIKA*, vol. 09, no. 01, pp. 1–16, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/16531/7148>
- [31] E. Dianti, I. Ika, and R. H. Utami, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

- Manajemen Keuangan Mahasiswa,” *J. Ilm. Manajemen, Bisnis dan Ekon. Kreat.*, vol. 2, no. 2, pp. 59–70, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/16531/7148>
- [32] I. Leping, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, pp. 5472–5480, 2023.
- [33] C. A. Nurlaila, D. Rossa, E. S. Aries, and D. P. Pujia, “Pengaruh Financial Literacy , Self-Control , dan Lifestyle terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 10, no. 1, pp. 4120–4128, 2026, [Online]. Available: <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/36738/23373>
- [34] R. A. Putri and H. M. Jumhur, “Peminat Aplikasi Blibli.com dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT),” *J. Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 16–23, 2019.
- [35] R. Hariyani, “Pengaruh Financial Technology, Locus of Control, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa,” *J. Ekon. dan Manaj. Akad. Bina Sarana Inform.*, vol. 22, no. 1, 2024, doi: DOI: <https://doi.org/10.31294/jp.v22i1.20297>.
- [36] Y. Suprpto, Wilson, and Candy, “The Moderating Role of Financial Literacy on The Impact of Behavior Biases Toward Investment Decisions Among Generation Z in Indonesia,” *J. Keuang. dan Bisnis*, vol. 24, no. 1, pp. 108–127, 2026, [Online]. Available: <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkb>
- [37] A. G. H. Alva and Ma. R. Rita, “Stock Investment Behavior of The Millennial Generation: The Moderating Role of Financial Literacy,” *J. Bussines Entrep.*, vol. 4, no. 2, pp. 40–57, 2022, [Online]. Available: <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkb>