



## Peran Literasi Ekonomi pada Perilaku Konsumtif Masyarakat Tasikmalaya Berdasarkan *Veblen Effect Theory*

Abiyakza Dwipa Putra Ibrahim<sup>\*1</sup>, Heti Suherti<sup>2</sup>, Sri Hardianti Sartika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Siliwangi, Indonesia

E-mail: [192165114@unsil.ac.id](mailto:192165114@unsil.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2023-09-17 Revised: 2023-10-23 Published: 2023-11-02  <b>Keywords:</b> <i>Economic Literacy;</i> <i>Consumptive Behavior;</i> <i>Society;</i> <i>Veblen Effect Theory.</i>	The focus of this study aims to examine the effect of economic literacy on consumptive behavior using the Veblen Effect Theory approach. The method used in this research is a quantitative method by collecting data through distributing questionnaires. Out of a total population of 781,395 people, only 382 people were sampled in this study. The determination of the sample size was based on proportionate stratified random sampling using the Krejcie and Morgan formula. Data analysis techniques use simple linear regression analysis and hypothesis testing (t test and coefficient of determination $r^2$ ). The results of the study show that economic literacy has a significant influence on consumptive behavior. A high level of economic literacy can assist individuals or communities in making wiser consumption decisions. Conversely, if someone has low economic literacy, this can lead to uncontrolled consumptive behavior.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2023-09-17 Direvisi: 2023-10-23 Dipublikasi: 2023-11-02  <b>Kata kunci:</b> <i>Literasi Ekonomi;</i> <i>Perilaku Konsumtif;</i> <i>Masyarakat;</i> <i>Teori Veblen Effect.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan pendekatan Teori Efek Veblen. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Dari total populasi 781.395 orang, hanya 382 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, penentuan jumlah besarnya sampel berdasarkan proportionate stratified random sampling dengan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan. Teknik Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis (uji t dan koefisiensi determinasi $r^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tingkat literasi ekonomi yang tinggi dapat membantu individu atau masyarakat dalam membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana. Sebaliknya, jika seseorang memiliki literasi ekonomi yang rendah, hal tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak terkendala <i>italic</i> .

### I. PENDAHULUAN

Pada kehidupan sehari-hari, manusia selalu berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Hal ini terjadi karena setiap orang sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan yang tidak dapat dipenuhinya sendiri. Tujuan utama manusia adalah untuk bertahan hidup dan melanjutkan keberadaannya. Berbagai kebutuhan dasar harus dipenuhi untuk bertahan hidup, seperti makanan, air, pakaian, tempat tinggal dan tempat berlindung (Akhan, 2015:5). Hasil survei Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2021, rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk golongan makanan sebesar 625871,63 rupiah ditahun 2020 di kota Tasikmalaya dan meningkat di tahun 2021 menjadi 654505,93 rupiah (BPS, 2021). Pada lima tahun terakhir, rata-rata pengeluaran perkapita sebulan dalam golongan makanan bertambah lebih dari dua ratusribu rupiah. Sebaliknya, rata-rata pengeluaran perkapita dalam golongan bukan makanan dalam

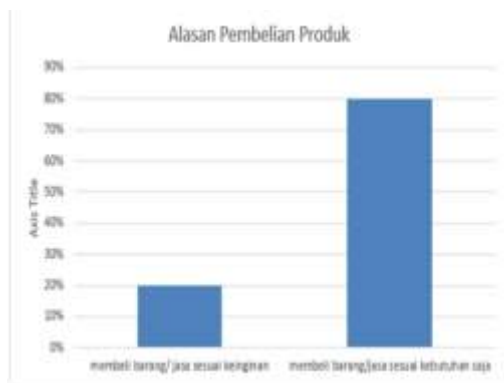
enam tahun terakhir bertambah lebih dari seratus ribu rupiah.

Permasalahan ekonomi tersebut merupakan penghalang dalam usaha manusia dalam mencapai tujuan. Setiap manusia pasti ingin hidup makmur, sejahtera, serta mampu menghadapi masalah jangka pendek seperti konsumsi sehari-hari serta pemenuhan kebutuhan lainnya. Terbatasnya sumber daya yang tersedia dibandingkan dengan kebutuhan, menyebabkan manusia dihadapkan pada pilihan-pilihan yang bersifat individu dan kolektif. Sebagai makhluk ekonomi dan juga sebagai makhluk sosial, manusia dituntut untuk dapat mengatasi masalah-masalah ekonomi dan masalah sosial (Melina & Wulandari, 2018:146). Selain itu manusia sebagai makhluk ekonomi, dituntut memiliki pengetahuan yang logis dalam memilih berbagai alternatif alat pemuas kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan yang optimal. Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan

konsumsinya untuk mencapai kepuasan yang optimal itu tampak dari perilaku sebagai konsumen (Nuraeni, 2015:30).

Masyarakat pada umumnya membeli berdasarkan kebutuhan primer dan sekunder, serta hanya sebagian yang mampu membeli kebutuhan tersier. Tetapi kebutuhan tersier pada masa kini seperti menggantikan kebutuhan primer. Gaya hidup mewah yang dapat dengan mudah diakses melalui media sosial seakan menjadi pedoman mayoritas masyarakat terutama kaum muda. Kemudahan mengakses informasi merupakan salah satu pemicu terjadinya perubahan perilaku kaum muda mengenai gaya hidup. Kabupaten Tasikmalaya merupakan wilayah yang memiliki potensi ekonomi yang relatif tinggi. Terdapat inovasi-inovasi yang dilakukan oleh penggiat ekonomi namun kemampuan pengelolaan keuangan masyarakat yang relatif terbatas sehingga seringkali tercampur antara pengelolaan keuangan produktif (usaha) dengan konsumtif (keluarga), terutama untuk para pelaku UKM menyebabkan inovasi yang dilakukan tidak berjalan dengan baik.

Perkembangan teknologi memungkinkan seseorang hilang kendali dalam pembelian yang dilakukan. Kemudahan dalam memperoleh barang dan jasa membuat seseorang cenderung menghabiskan semua pendapatan yang diperoleh untuk kebutuhan dan keinginannya. Pendapatan yang cukup tinggi namun sebagian besar menyatakan pernah kehabisan uang bulanan sebelum waktunya mengindikasikan adanya kelebihan konsumsi seseorang sehingga perlu perencanaan keuangan yang efektif dan keputusan keuangan yang bijak sehingga hal tersebut tidak mengganggu kebutuhan akan barang atau jasa yang sesuai dengan pendapatan yang dimiliki.



**Gambar 1.** Persentase Alasan Pembelian Produk

Selain itu, alasan membeli suatu produk diantaranya mereka menggunakan pendapatan untuk membeli barang/jasa sesuai kebutuhan saja yaitu sebesar 80% dan yang membeli barang/jasa sesuai keinginan sebesar 20%. Intensitas belanja ke pusat perbelanjaan yaitu kurang dari 3 kali sebesar 50%, 4-8 kali sebesar 40% dan lebih dari 8 kali sebesar 10%. Konsumen yang cenderung sering pergi ke pusat perbelanjaan membeli berbagai macam produk maupun hanya sekedar jalan-jalan memperlihatkan adanya gaya hidup berbelanja konsumen yang tinggi. Namun tingginya penggunaan e-commerce yang menawarkan berbagai diskon terkadang membuat konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut sekitar 60% dari mereka melakukan pembelian dengan barang diskon meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan, sebesar 20% kadang-kadang membeli barang diskon tersebut dan bahkan 20% dari mereka sering membeli produk diskon.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah literasi ekonomi, kontrol diri dan gaya hidup. Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Imawati & Ivada (2015:57) "peningkatan financial Literasi akan mampu menurunkan perilaku konsumtif remaja, financial literasi cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja, dengan signifikansi negatif dimana ketika financial literacy meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun". Menurut Haryani (2015:10) "semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pula perilaku konsumtif". Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti "semakin mewah dan hedonisme gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif" (Kanserina, 2015:9).

Menurut Permata & Wahyono, (2016:7) "Literasi ekonomi merupakan informasi memainkan peranan penting untuk membuat keputusan yang cerdas untuk memuaskan kebutuhan". Sedangkan menurut pendapat Mathews dalam Nuraeni (2015:32) literasi ekonomi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan individu agar dapat mengenali atau menggunakan konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa

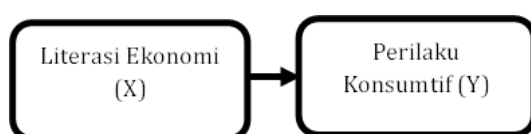
ini. Perilaku konsumtif cenderung banyak mengeluarkan biaya karena bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan.

Literasi ekonomi merupakan pemahaman, pengetahuan, dan kemampuan membuat keputusan ekonomi yang cerdas menggunakan konsep ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Literasi ekonomi dapat membuat seseorang menjadi cerdas dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dengan cara mengaplikasikan konsep ekonomi. Perilaku konsumen seseorang ditentukan oleh tingkat pengetahuan tentang ekonomi atau literasi ekonomi. Dengan literasi ekonomi, diharapkan perilaku ekonomi masyarakat khususnya perilaku konsumsi akan mengikuti konsep ekonomi yang telah melekat pada masyarakat. Dengan demikian literasi ekonomi atau pemahaman terhadap ekonomi akan membentuk perilaku konsumsi yang rasional dan juga tidak mengarah ke perilaku konsumsi yang irasional atau perilaku konsumtif

Selain itu dari penelitian yang dilakukan oleh Albeerdy & Gharleghi (2015:15) menyebutkan bahwa pengetahuan yang logis harus diutamakan dalam membentuk perilaku remaja terutama mahasiswa, hasil penelitian pun menjelaskan bahwa dari variabel bebas Pendidikan, sikap terhadap uang dan variabel terikat literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan. Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Oktafikasari & Mahmud (2017:695) bahwa "literasi ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif". Dari dua hasil penelitian terdahulu yang berbeda tersebut, maka peneliti disini ingin meneliti lebih lanjut apakah literasi ekonomi mempengaruhi secara langsung/tidak langsung pada perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat tasikmalaya.

## II. METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif digunakan sebagai metode dalam penelitian ini, dengan berlandaskan pada data konkret yang dimana meneliti sebuah populasi dan sampel tertentu. Adapun kerangka penelitian ini yaitu:



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Masyarakat dalam kategori produktif yang telah bekerja dijadikan sebagai populasi penelitian yang berjumlah 781.395 orang. Sampel penelitian menggunakan Teknik *proporsionate stratified random sampling* sehingga dengan rumus slovin sehingga didapatkan 382 orang sebagai responden penelitian. Adapun instrument penelitian berupa kuesioner yang berjumlah 34 butir pernyataan yang terdiri dari 14 item pernyataan mengenai literasi ekonomi dan 20 pernyataan untuk perilaku konsumtif. Kuesioner tersebut menggunakan skala likert 5 poin. Kuesioner yang telah peneliti susun disebarkan secara langsung kepada responden, kemudian data yang didapat akan diolah dalam bentuk excel selanjutnya dilakukan analisis statistik dengan tahapan analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji linear sederhana dan uji hipotesis dengan bantuan software SPSS versi 23.0.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Literasi Ekonomi	382	28	100	72.50	10.902
Perilaku Konsumtif	382	29	69	50.01	6.540

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Nilai mean sebesar 72.50, serta nilai standar deviasi sebesar 10.902 sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilai merata.

#### 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov Z untuk nilai residual regresi menunjukkan nilai p atau Asympt. Sig. (2-tailed) sebesar 0.083 lebih besar daripada 0,05. Karena nilai p > 0,05, maka nilai residual regresi memenuhi asumsi normalitas atau terdistribusi normal. Begitupun dengan uji nilai absolut residual menunjukkan nilai p (sig.) adalah sebesar 0.119. Karena nilai p tersebut lebih besar daripada 0,05, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dihasilkan.

Selain itu nilai signifikan  $0.230 > 0.05$  yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel literasi ekonomi dengan variabel perilaku konsumtif. Sedangkan nilai  $F 1.469 < 3.87$

(diperoleh dari Ftabel). Karena Fhitung lebih kecil dari Ftabel, maka terdapat hubungan Linear secara signifikan antara variable

### 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 2.** Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.590	1.933		14.273	.000
Literasi Ekonomi	.309	.026	.516	11.730	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Daata Olahan SPSS 2023

Constant (a) adalah 27.590, sedangkan nilai Litrasi Ekonomi (b) adalah 0.309, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:  $Y = a + bX = 27.590 + 0.309X$

### 4. Hasil Pengujian Hipotesis

#### a) Hasil Uji Parsial (Uji T)

**Table 3.** Hasil Uji Parsial

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.590	1.933		14.273	.000
Literasi Ekonomi	.309	.026	.516	11.730	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Daata Olahan SPSS 2023

Nilai thitung sebesar 11.730 dan nilai ttabel sebesar 1.966 maka literasi ekonomi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### b) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 <sup>a</sup>	.266	.264	5.611

a. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Daata Olahan SPSS 2023

Nilai R Square adalah 0.266. Kontribusi atau pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 26.6%. Sisanya sebesar 73.4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### B. Pembahasan

Literasi dan ekonomi atau yang disebut Economic Literacy berasal dari bahasa Inggris, jika dipilah menurut arti sesungguhnya, economic berarti ilmu ekonomi dan literacy berarti melek, jadi economic literacy dapat diartikan melek ekonomi. Melek berdasarkan bahasa dapat menangkap atau memahami apa yang dimaksud oleh sesuatu. Sosialisasi literasi ekonomi pertama kali diperkenalkan oleh Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi Amerika Serikat atau lebih dikenal dengan NCEE (The National Council on Economic Education). Literasi ekonomi mengacu pada kemampuan individu atau masyarakat untuk memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan dan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Ini mencakup pengetahuan tentang pengelolaan uang, investasi, tabungan, hutang, inflasi, dan konsep-konsep ekonomi lainnya. Tingkat literasi ekonomi seseorang dapat mempengaruhi bagaimana mereka membuat keputusan keuangan dan konsumsi.

Dalam lingkungan ekonomi yang kompleks, literasi ekonomi membantu individu untuk memahami produk keuangan dan investasi yang ditawarkan. Dengan pengetahuan yang cukup, seseorang dapat melakukan evaluasi yang lebih baik terhadap produk atau layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka. Ini juga akan membantu menghindari penipuan keuangan atau investasi yang merugikan. Literasi ekonomi meningkatkan kesadaran akan pentingnya menghemat dan berinvestasi untuk mencapai tujuan finansial jangka panjang. Dengan pemahaman tentang manfaat dari menghemat uang dan berinvestasi dengan bijaksana, seseorang lebih mungkin menciptakan keamanan finansial untuk masa depannya, seperti untuk pendidikan anak, pensiun, atau tujuan finansial lainnya.

Ketika seseorang memiliki tingkat literasi ekonomi yang baik, mereka lebih cenderung menghindari hutang berlebihan dan perilaku konsumtif yang merugikan. Pemahaman tentang konsep hutang dan bagaimana mengelolanya dapat membantu mencegah terjebak dalam masalah keuangan akibat pembayaran bunga yang tinggi atau keterlambatan pembayaran hutang. Dengan meningkatkan literasi ekonomi, masyarakat dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas dan mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Hal ini berdampak positif pada

kesejahteraan finansial individu dan membantu menciptakan masyarakat yang lebih stabil secara ekonomi. Oleh karena itu, pendidikan dan kesadaran akan literasi ekonomi sangat penting dalam meningkatkan kualitas kehidupan dan ketahanan ekonomi suatu komunitas.

Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, terutama ketika dikaitkan dengan teori Veblen Effect, sangat relevan dalam memahami bagaimana pengetahuan ekonomi dapat mempengaruhi keputusan konsumsi masyarakat. Literasi ekonomi mengacu pada kemampuan individu atau masyarakat untuk memahami konsep-konsep ekonomi, termasuk pengelolaan keuangan pribadi, investasi, inflasi, dan lain-lain. Tingkat literasi ekonomi yang tinggi dapat membantu individu memahami pentingnya nilai fungsional suatu produk dan mempertimbangkan konsekuensi finansial dari pembelian mereka.

Teori Veblen effect merupakan suatu teori yang diciptakan oleh Thorstein Veblen yang erat hubungannya dengan teori konsumsi budaya dan berujung pada pembelian. Seseorang melakukan konsumsi adalah untuk mendapatkan status dari lingkungannya, sehingga setiap memiliki kesempatan seseorang akan selalu meningkatkan konsumsinya, tujuan utamanya adalah untuk pamer. Teori Veblen Effect menekankan pentingnya status sosial dan simbolisme dalam mempengaruhi perilaku konsumsi. Menurut teori ini, beberapa orang cenderung meningkatkan konsumsi barang-barang tertentu karena alasan status sosial, bukan karena nilai fungsional atau manfaat praktis dari barang tersebut. Produk-produk yang mahal atau eksklusif menjadi lebih diinginkan karena menggambarkan prestise dan kemewahan, dan hal ini dapat mempengaruhi keputusan konsumtif masyarakat.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tingkat literasi ekonomi yang tinggi dapat membantu individu atau masyarakat membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana. Dengan pemahaman yang baik tentang konsep-konsep ekonomi, seseorang dapat mengenali perbedaan antara keinginan dan kebutuhan, memahami dampak dari pembelian impulsif, dan mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Sebaliknya, literasi ekonomi yang rendah dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang

tidak terkendali. Seseorang mungkin lebih cenderung untuk membeli barang-barang mahal hanya karena status sosial atau popularitas, bahkan jika itu menyebabkan masalah keuangan di masa depan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa peneliti sebelumnya yaitu penelitian dari Mukarramah, dkk (2022), Albeerdy (2015), Estrella (2015) Nurjanah, (2018) dan Tetep, dkk (2016) yang menyatakan bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Oktafikasari & Mahmud (2017:695) bahwa literasi ekonomi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif.

#### **IV. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tingkat literasi ekonomi yang tinggi dapat membantu individu atau masyarakat dalam membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana. Pemahaman yang baik tentang konsep-konsep ekonomi memungkinkan seseorang untuk mengenali perbedaan antara keinginan dan kebutuhan, memahami konsekuensi dari pembelian impulsif, dan mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Sebaliknya, jika seseorang memiliki literasi ekonomi yang rendah, hal tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Individu lebih cenderung membeli barang-barang mahal hanya untuk mencerminkan status sosial atau popularitas, bahkan jika tindakan tersebut mengakibatkan masalah keuangan di masa depan.

##### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk Masyarakat Tasikmalaya, diharapkan dapat meningkatkan Kesadaran akan Prioritas Keuangan, mengutamakan kebutuhan sehari-hari sebelum membelanjakan uang pada barang-barang atau produk yang bersifat spontan atau tidak terencana. Selain itu juga diharapkan masyarakat dapat memuat anggaran atau daftar belanja sebelum pergi berbelanja hal

ini juga dapat membantu menghindari pembelian impulsif.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian misalnya dengan menambah jumlah sampel, menambah jumlah variabel atau metode analisis yang berbeda agar penelitian mendapatkan hasil yang lebih baik.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Y. (2015). Pembelajaran Multiliterasi: Sebuah Jawaban atas Tantangan Pendidikan Abad Ke-21 dalam Konteks Keindonesiaan PDF. In *Refika Aditama*.
- Akhan, N. E. (2015). Economic Literacy Levels of Social Studies Teacher Candidates. *World Journal of Education*, 5(1). <https://doi.org/10.5430/wje.v5n1p25>
- Albeerd, M. I., & Gharleghi, B. (2015). Determinants of the Financial Literacy among College Students in Malaysia. *International Journal of Business Administration*, 6(3). <https://doi.org/10.5430/ijba.v6n3p15>
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2).
- Dikria, T. (2016). Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan Bisnis*.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1).
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1).
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Sugiyono. (2017). Metode Kuantitatif Sugiyono. (2017). Metode Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (pp. 13–19).f. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suhardi. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Gava Media.
- Tilaar, H. A. R., Paat, J. P., & Paat, L. (2011). Pedagogik Kritis: Perkembangan, Substansi, dan Perkembangannya di Indonesia. In *Jakarta: Rineka Cipta*.