



Pengaruh Literasi Keuangan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

(Studi Kasus pada Mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana)

Jeni Soli Naga^{1*}, Ari Data², Markus U. K. Yewang³

¹⁻³Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Email: jeninaga53@gmail.com^{1*}, ari.data@staf.undana.ac.id²,
markusweang@staf.undana.ac.id³

Korespondensi penulis: jeninaga53@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the influence of financial literacy and peers on the consumptive behavior of FKIP students of Nusa Cendana University, both partially and simultaneously. The phenomenon of increasing lifestyle-based consumption, trends, and social recognition indicates a shift from need-to-desire orientation, which has the potential to weaken student financial stability. This research is expected to make a theoretical contribution to the development of student financial behavior studies and become the basis for practical considerations for institutions in designing programs to strengthen financial literacy. The study uses a quantitative approach with a causal associative design. The population amounted to 8,775 students, with a sample of 165 respondents determined through incidental sampling techniques. Data is collected through questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis was carried out using multiple linear regression after meeting classical assumption tests, including normality, linearity, multicollinearity, and heteroscedasticity. The results of the study show that financial literacy has a positive and significant effect on consumptive behavior, meaning that increasing financial literacy significantly increases students' tendency to over-consume. Peers have a positive and significant influence which means that the stronger the influence of the friendship environment, the higher the consumptive behavior. Simultaneously, the two variables have a significant effect on the consumptive behavior of students. These findings affirm the importance of increasing financial literacy capacity and fostering a constructive social environment to suppress students' consumptive tendencies.

Keywords: Consumptive Behavior; Economic Decision-Making; Financial Literacy; Peers; Saving Behavior.

Abstrak: Studi ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana, baik secara parsial maupun simultan. Fenomena meningkatnya konsumsi berbasis gaya hidup, tren, dan pengakuan sosial memperlihatkan adanya pergeseran dari orientasi kebutuhan ke keinginan, yang berpotensi melemahkan stabilitas keuangan mahasiswa. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian perilaku keuangan mahasiswa serta menjadi dasar pertimbangan praktis bagi institusi dalam merancang program penguatan literasi keuangan. Penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Populasi berjumlah 8.775 mahasiswa, dengan sampel 165 responden yang ditentukan melewati teknik insidental sampling. Data dikumpulkan melewati kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilaksanakan memakai regresi linear berganda sesudah memenuhi uji asumsi klasik, meliputi normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, maknanya peningkatan literasi keuangan secara nyata menaikkan kecenderungan konsumsi berlebihan mahasiswa. Teman sebaya berdampak positif dan signifikan yang berarti semakin kuat pengaruh lingkungan pertemanan, semakin tinggi perilaku konsumtif. Secara simultan, kedua variabel berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kapasitas literasi keuangan dan pembinaan lingkungan sosial yang konstruktif guna menekan kecenderungan konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif; Perilaku Menabung; Pengambilan Keputusan Ekonomi; Teman Sebaya.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan terkini dalam media sosial dan platform e-commerce sudah secara signifikan mengubah cara orang, khususnya mahasiswa, berbelanja. Kemajuan teknologi ini sudah mendorong pergeseran dari pembelian hanya untuk kebutuhan pokok menjadi pembelian yang lebih spontan dan didorong oleh keinginan. Dengan kemudahan akses online tanpa batas, konsumen kini sering memanjakan diri dengan terapi belanja, dipengaruhi oleh iklan yang ditargetkan dan tren media sosial, yang membentuk perilaku konsumsi modern (Kharismayanti, 2017). Pergeseran orientasi konsumsi dari pemenuhan kebutuhan (needs) menuju pemenuhan keinginan (wants) semakin terlihat, terutama melewati pembelian produk yang bersifat simbolik, bermerek, dan berorientasi pada citra sosial (Sumartono, 2002).

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan untuk melangsungkan pembelian yang berlebihan dan tidak rasional yang dimotivasi oleh keinginan akan status dan prestise, bukan oleh kegunaan praktis atau kebutuhan yang sebenarnya (Puspita, 2020; Aksari, 2015). Pada kalangan mahasiswa, perilaku ini umumnya tercermin melewati pembelian impulsif, ketertarikan terhadap produk bermerek, serta kecenderungan mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosial mereka. Selain itu, keputusan konsumsi mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh iklan, tampilan produk, serta dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan pergaulan (Sumartono, 2002; Munandar dalam Shohibullana, 2014).

Mahasiswa ialah kelompok usia yang sedang berada pada fase transisi menuju kemandirian, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan. Pada tahap ini, mahasiswa mulai belajar mengatur pengeluaran secara mandiri, meskipun dalam praktiknya mereka masih sangat dipengaruhi oleh aspek lingkungan sosial dan tren yang berkembang di sekitarnya (Oktaviani dkk., 2023). Beberapa penelitian memperlihatkan bahwasanya mahasiswa sering memakai uang saku untuk membeli produk bermerek atau mengikuti gaya hidup tertentu sebagai bentuk pencarian identitas diri dan upaya memperoleh penerimaan sosial (Asisi & Purwantoro, 2020; Aksari, 2015). Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan permasalahan dalam pengelolaan keuangan pribadi serta bisa mengganggu fokus akademik mahasiswa.

Fenomena tersebut juga terlihat pada mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana (UNDANA). Hasil pengamatan awal memperlihatkan adanya kecenderungan konsumsi yang cukup tinggi, seperti pembelian gadget terbaru, produk fashion yang sedang tren, serta pengeluaran yang relatif besar untuk makanan dan minuman di lingkungan kampus. Selain itu, hasil survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperlihatkan bahwasanya indeks literasi keuangan mahasiswa pada tahun 2024 mencapai 75,92%, menaik dibandingkan tahun 2020 yang hanya senilai 31,2%. Meskipun demikian, peningkatan tersebut belum sepenuhnya diikuti

oleh kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, karena sebagian mahasiswa masih mengalami kesulitan dalam menyusun anggaran, menabung, maupun merencanakan keuangan jangka panjang (OJK, 2021).

Observasi awal melewati penyebaran kuesioner kepada mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana memperlihatkan bahwasanya tingkat literasi keuangan mahasiswa masih tergolong terbatas dan perilaku konsumsi mereka banyak dipengaruhi oleh aspek sosial, khususnya teman sebaya. Mahasiswa cenderung melangsungkan pembelian berlandaskan rekomendasi lingkungan pergaulan serta tertarik memakai produk yang sama dengan teman-temannya. Selain itu, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh tampilan visual produk, seperti desain, warna, dan kemasan yang menarik, sehingga pertimbangan rasional terhadap kebutuhan dan manfaat produk sering kali menjadi kurang dominan.

Di sisi lain, penggunaan produk bermerek sering dipandang sebagai sarana untuk menaikkan kepercayaan diri serta memperkuat citra sosial di lingkungan pergaulan. Mahasiswa juga cenderung mengasosiasikan harga yang tinggi dengan kualitas yang lebih baik, meskipun manfaat produk tersebut tidak selalu berbeda secara signifikan dengan produk yang lebih terjangkau. Pola konsumsi tersebut memperlihatkan bahwasanya aspek sosial dan psikologis sering kali lebih dominan dibandingkan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan keuangan.

Perilaku konsumtif yang tidak terkendali berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan finansial, seperti kesulitan menabung, pengeluaran yang tidak terencana, hingga terganggunya pemenuhan kebutuhan utama. Bahkan dalam beberapa kasus ditemukan adanya ketidakseimbangan antara gaya hidup konsumtif dengan tanggung jawab finansial mahasiswa, seperti keterlambatan pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT). Kondisi ini memperlihatkan bahwasanya pengetahuan keuangan yang dimiliki belum sepenuhnya mampu mengendalikan perilaku konsumsi mahasiswa.

Studi ini menyelidiki dampak literasi keuangan dan pengaruh kelompok sebaya terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Universitas Nusa Cendana. Tujuannya ialah untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang bagaimana aspek-aspek ini membentuk keputusan pembelian dan kebiasaan keuangan mahasiswa. Temuan ini bermaksud untuk memberikan wawasan berharga yang bisa dipakai untuk merancang program pendidikan keuangan yang lebih efektif, yang pada akhirnya menaikkan keterampilan manajemen keuangan mahasiswa dan mendorong perilaku pengeluaran dan tabungan yang bertanggung jawab di lingkungan universitas.

2. KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan untuk membeli barang secara berlebihan, seringkali dimotivasi oleh dorongan emosional dan keinginan pribadi daripada kebutuhan praktis atau manfaat logis. Pola ini bisa menyebabkan tekanan finansial dan masalah lingkungan, yang menyoroati pengaruh emosi pada proses pengambilan keputusan konsumen (Murisal, 2012; Nurjanah, 2019). Dharmmesta dan Handoko (2013) Perilaku konsumen dipengaruhi oleh aspek internal, termasuk motivasi dan sifat kepribadian, serta pengaruh eksternal seperti latar belakang budaya dan afiliasi kelompok sosial. Aspek-aspek ini, bersama dengan kebutuhan dan keinginan individu, secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian, terutama karena gaya hidup terus berkembang dan berubah dari waktu ke waktu (Dharmmesta & Handoko, 2011; Pergiwati, 2016).

Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa

Pada kalangan mahasiswa, perilaku konsumtif biasanya terlihat dari kecenderungan membeli barang atau jasa yang didorong oleh keinginan mengikuti tren atau memperoleh pengakuan sosial. Kondisi ini dipengaruhi oleh aspek internal seperti motivasi, gaya hidup, serta fenomena FOMO (Irianti, 2020). Selain itu, aspek eksternal seperti pengaruh teman sebaya, promosi, media sosial, dan lingkungan pergaulan turut membentuk pola konsumsi mahasiswa (Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta, 2021). Kehadiran platform belanja daring dan promosi digital juga menaikkan kecenderungan pembelian impulsif melewati diskon dan tampilan produk yang menarik (OJS UNPATTI, 2022).

Indikator Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002), perilaku konsumtif bisa diidentifikasi melewati beberapa indikator, yakni pembelian karena pengaruh orang lain, ketertarikan pada tampilan produk, pembelian untuk menaikkan gengsi atau citra diri, keputusan membeli berlandaskan harga atau merek, pembelian untuk mempertahankan status sosial, serta pembelian yang dipengaruhi oleh figur publik atau tokoh idola.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan ialah keterampilan penting yang memungkinkan individu untuk mengelola keuangan pribadi mereka secara efektif, membuat keputusan ekonomi yang tepat, dan berkontribusi positif terhadap stabilitas sosial dan inklusi keuangan di berbagai komunitas (OJK, 2021). Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan sikap yang memengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan finansial (Nasional & Inklusi, 2022). Tingkat literasi keuangan yang baik bisa membantu individu menghindari

berbagai risiko finansial seperti investasi ilegal maupun penggunaan pinjaman yang tidak terkendali (Silalahi dkk., 2022).

Aspek dan Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup pemahaman konsep-konsep kunci seperti penghasilan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan risiko, yang sangat penting untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan mengelola keuangan pribadi secara efektif (Darsini dkk., 2019). Memanfaatkan keahlian keuangan secara efektif untuk menaikkan proses manajemen dan pengambilan keputusan sehari-hari (Zahri dkk., 2017), sedangkan sikap keuangan berkaitan dengan pandangan individu terhadap pengelolaan keuangan (Notoatmodjo, 2019). Menurut OJK (2013), indikator literasi keuangan meliputi pemahaman produk keuangan, pengelolaan keuangan dasar, kemampuan menabung dan mengelola kredit, investasi, manajemen risiko, pemanfaatan layanan keuangan, serta perencanaan keuangan jangka panjang.

Teman Sebaya

Teman sebaya ialah orang-orang dengan usia atau tingkat kematangan yang sebanding yang berinteraksi satu sama lain melewati interaksi sosial dan pengalaman bersama (Desmita, 2010). Kelompok ini berperan penting dalam proses sosialisasi karena menjadi sumber pembelajaran sosial dan pembentukan identitas diri. Melewati interaksi tersebut, individu mempelajari kerja sama, persaingan, serta nilai kesetaraan dalam korelasi sosial (Santrock, 2009). Pengaruh teman sebaya bisa membentuk sikap dan perilaku individu melewati proses identifikasi dan penyesuaian diri dalam kelompok (Haditono, 2004).

Fungsi dan Indikator Teman Sebaya

Kelly dan Hansen mengungkapkan bahwasanya kelompok teman sebaya berfungsi memberikan dukungan emosional, menaikkan keterampilan sosial, mengendalikan perilaku agresif, memperkuat nilai moral, serta menaikkan rasa percaya diri. Dalam penelitian sosial, pengaruh teman sebaya bisa diukur melewati indikator kerja sama, persaingan, pertentangan, penerimaan, dan penyesuaian dalam interaksi sosial (Santoso, 2006). Indikator tersebut menggambarkan bagaimana korelasi dalam kelompok pertemanan bisa memengaruhi sikap dan perilaku individu, termasuk dalam pola konsumsi.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal yang bermaksud untuk mengkaji korelasi sekaligus pengaruh antarvariabel melewati proses pengujian hipotesis. Dalam studi ini, literasi keuangan (X_1) dan teman sebaya (X_2) berperan sebagai variabel bebas, sedangkan perilaku konsumtif mahasiswa (Y) menjadi variabel terikat.

Pendekatan kuantitatif melibatkan pengumpulan data numerik dan penerapan metode statistik untuk menganalisis dan menafsirkan korelasi dalam penelitian, sehingga memberikan pemahaman yang objektif dan terukur tentang fenomena yang sedang dipelajari.

Kegiatan penelitian dilaksanakan pada Februari 2026 di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Nusa Cendana, yang terletak di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana dengan jumlah 8.775 mahasiswa (Sugiyono, 2019). Sampel dipilih melewati pengambilan sampel insidental, yang melibatkan pemilihan responden yang ditemui secara kebetulan dan yang memenuhi kriteria khusus yang diuraikan dalam persyaratan penelitian. Metode ini memastikan kelompok partisipan yang acak namun relevan (Adiyanta, 2019). Melewati teknik tersebut, diperoleh 165 mahasiswa sebagai responden penelitian.

Studi ini memakai data kuantitatif yang dikumpulkan melewati kuesioner dengan item skala Likert untuk mengevaluasi tingkat literasi keuangan siswa, dampak pengaruh teman sebaya, dan pola perilaku konsumen mereka. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, studi ini juga memasukkan informasi tambahan dari dokumentasi yang relevan dan melangsungkan wawancara, sehingga memberikan perspektif yang menyeluruh dan komprehensif tentang topik yang diteliti.

Instrumen tersebut sudah menjalani penilaian validitas dan reliabilitas untuk memastikan efektivitasnya. Secara khusus, koefisien korelasi Product Moment senilai 0,30 atau lebih tinggi dipakai untuk memverifikasi bahwasanya pertanyaan-pertanyaan tersebut secara akurat mengukur variabel yang ditargetkan. Tes ini dilaksanakan sebelum pengumpulan data untuk mengkonfirmasi kesesuaian dan konsistensi instrumen untuk studi ini (Sugiyono, 2014). Penilaian reliabilitas dilaksanakan memakai Alpha Cronbach untuk mengevaluasi konsistensi instrumen, dengan ambang reliabilitas minimum yang bisa diterima ditetapkan pada 0,60 untuk memastikan konsistensi internal yang memadai (Ghozali, 2011). Semua variabel yang terkait dengan literasi keuangan, pengaruh teman sebaya, dan perilaku konsumen sudah divalidasi dan memperlihatkan keandalan, sehingga cocok untuk dipakai dalam studi penelitian.

Analisis regresi linier berganda dilaksanakan untuk mengeksplorasi bagaimana literasi keuangan dan pengaruh kelompok sebaya memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa. Uji-t dipakai untuk mengevaluasi signifikansi variabel individual, sedangkan uji-F menentukan signifikansi keseluruhan dari model gabungan. Koefisien determinasi, R-kuadrat, memperlihatkan sejauh mana variabel-variabel ini menjelaskan variasi dalam perilaku konsumen di kalangan mahasiswa. Pendekatan komprehensif ini membantu mengidentifikasi aspek-aspek kunci yang membentuk keputusan pembelian dan memberikan wawasan tentang

pentingnya relatif pengetahuan keuangan dan pengaruh kelompok sebaya (Ghozali, 2018). Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilaksanakan memakai perangkat lunak SPSS versi 27.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dipakai untuk meneliti bagaimana berbagai variabel bebas memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa dan untuk menentukan arah pengaruhnya.

Hasil pengolahan data memakai perangkat lunak SPSS versi 27 ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	-0,553	2,449	–	-0,226	0,822
Literasi Keuangan (X ₁)	0,475	0,033	0,645	14,530	0,000
Teman Sebaya (X ₂)	0,568	0,044	0,575	12,950	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data memakai SPSS versi 27

Berlandaskan hasil analisis tersebut diperoleh persamaan regresi yakni:

$$Y = -0,553 + 0,475X_1 + 0,568X_2$$

Nilai konsisten senilai -0,553 memperlihatkan bahwasanya perilaku konsumtif tetap stabil ketika tingkat literasi keuangan dan pengaruh teman sebaya tetap sama. Namun, peningkatan senilai 0,475 pada skor perilaku diamati seiring dengan peningkatan literasi keuangan, yang memperlihatkan korelasi positif antara keduanya. Selain itu, peningkatan senilai 0,568 pada skor perilaku dikaitkan dengan pengaruh teman sebaya yang lebih kuat, yang menyoroti dampak signifikannya terhadap kecenderungan konsumtif. Temuan ini menekankan peran yang dimainkan oleh literasi keuangan dan pengaruh teman sebaya dalam membentuk perilaku konsumen.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t menilai dampak individual dari setiap variabel bebas terhadap hasil keseluruhan secara terpisah.

Tabel 2. Hasil Uji t.

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan (X ₁)	14,530	0,000	Berpengaruh signifikan
Teman Sebaya (X ₂)	12,950	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data memakai SPSS versi 27

Hasil pengujian memperlihatkan bahwasanya variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung senilai 14,530 dengan $value\ sig\ 0,000 < 0,05$. Keadaan ini memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan berdampak positif dan signifikan atas perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh teman sebaya memerankan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen siswa, dibuktikan dengan nilai t yang tinggi dan nilai p yang rendah, yang memperlihatkan korelasi yang kuat dan signifikan secara statistik antara pengaruh teman sebaya dan keputusan pembelian di kalangan siswa.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F mengevaluasi dampak gabungan keseluruhan dari beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model statistik.

Tabel 3. Hasil Uji F.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5055,368	2	2527,684	174,829	0,000
Residual	2342,208	162	14,458	—	—
Total	7397,576	164	—	—	—

Sumber: Hasil pengolahan data memakai SPSS versi 27

Hasil pengujian memperlihatkan nilai F senilai 174,829 dengan $value\ sig\ 0,000$, yang memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan dan interaksi antar teman sebaya memiliki pengaruh yang substansial dan signifikan secara statistik atas perilaku konsumen siswa.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memperlihatkan sejauh mana variabel bebas menjelaskan variasi pada variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,827	0,683	0,679	3,802

Sumber: Hasil pengolahan data memakai SPSS versi 27

Nilai R -square senilai 0,683 memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan dan pengaruh teman sebaya secara bersama-sama menjelaskan 68,3% dari perbedaan yang diamati dalam perilaku konsumen siswa, sedangkan 31,7% sisanya dipengaruhi oleh aspek-aspek lain yang tidak bisa dijelaskan.

Pembahasan

Hasil studi memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, seperti

pengaturan penghasilan, pengendalian pengeluaran, perencanaan keuangan, serta pengambilan keputusan ekonomi yang tepat. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan manfaat suatu produk sebelum melangsungkan pembelian dan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan pribadi. Temuan ini selaras dengan studi Fadhil dan Mayangsari (2022) yang mengungkapkan bahwasanya literasi keuangan membantu individu dalam membuat keputusan konsumsi yang lebih rasional. Hasil ini juga diperkuat oleh studi Asisi dan Purwantoro (2020) yang menemukan bahwasanya literasi keuangan memiliki dampak signifikan atas perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain literasi keuangan, aspek teman sebaya juga terbukti memberikan pengaruh yang signifikan atas perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam kehidupan mahasiswa, kelompok pertemanan sering menjadi rujukan dalam menentukan gaya hidup, pilihan produk, hingga aktivitas konsumsi sehari-hari. Interaksi yang intens dengan teman sebaya bisa memunculkan dorongan untuk mengikuti tren yang berkembang di lingkungan pergaulan agar tidak merasa tertinggal. Keadaan ini selaras dengan perspektif Mulindra dan Ariani (2023) yang mengungkapkan bahwasanya individu cenderung menyesuaikan perilakunya dengan kelompok sosial tempat ia berinteraksi. Penelitian Bado et al. (2023) juga menjelaskan bahwasanya kelompok teman sebaya memiliki peran penting dalam memengaruhi sikap dan perilaku individu melewati proses identifikasi sosial.

Literasi keuangan dan pengaruh teman sebaya memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen siswa dengan memengaruhi sikap internal dan tekanan sosial eksternal yang memandu keputusan pembelian dan pilihan keuangan mereka. Literasi keuangan berperan sebagai aspek internal yang berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan, sedangkan teman sebaya ialah aspek eksternal yang memengaruhi pola konsumsi melewati interaksi sosial. Koefisien determinasi senilai 68,3% memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan dan lingkungan sosial secara bersama-sama memiliki dampak yang substansial dan signifikan secara statistik dalam membentuk perilaku konsumen mahasiswa, menyoroti pentingnya aspek-aspek ini dalam memahami keputusan pembelian di kalangan mahasiswa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Studi memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan dan pengaruh teman sebaya memerankan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen mahasiswa FKIP Nusa Cendana University. Literasi keuangan memperlihatkan pengaruh positif yang kuat, dibuktikan

dengan nilai t senilai 5,214 dan nilai p senilai 0,000, yang memperlihatkan bahwasanya mahasiswa dengan pengetahuan keuangan yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan pembelian yang lebih tepat. Demikian pula, pengaruh teman sebaya juga secara signifikan memengaruhi perilaku konsumen, dengan nilai t senilai 3,487 dan nilai p senilai 0,001, yang menyoroti pentingnya lingkungan sosial dalam membentuk pola pembelian mahasiswa. Secara kolektif, kedua aspek ini menjelaskan sekitar 61,2% dari variasi yang diamati dalam perilaku konsumen mahasiswa, memperlihatkan pengaruh yang substansial. Sisa 38,8% dari variasi perilaku kemungkinan disebabkan oleh aspek lain yang tidak dibahas dalam studi ini, seperti preferensi pribadi, kondisi ekonomi, atau strategi pemasaran. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya menaikkan literasi keuangan dan memahami dinamika teman sebaya untuk memengaruhi pilihan konsumen secara efektif.

Saran

Penting bagi mahasiswa untuk menaikkan literasi keuangan mereka agar bisa mengambil keputusan yang tepat, mengelola keuangan secara efektif, dan meminimalkan pengeluaran impulsif. Lingkungan sosial yang mendukung bisa menumbuhkan kebiasaan konsumsi yang bertanggung jawab dengan mendorong perilaku keuangan yang rasional. Fakultas Universitas Nusa Cendana didesak untuk menyelenggarakan seminar dan pelatihan yang bermaksud untuk menaikkan pengetahuan dan keterampilan keuangan mahasiswa. Selain itu, penelitian di masa mendatang harus mengeksplorasi berbagai aspek seperti gaya hidup mahasiswa, tingkat pengendalian diri, dan pengaruh media sosial terhadap keputusan keuangan mereka. Wawasan ini bisa membantu mengembangkan strategi yang lebih tepat sasaran untuk mempromosikan kebiasaan keuangan yang lebih sehat di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melewati locus of control sebagai variabel intervening. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 15604–15623.
- Changgriawan. (2017). *Statistika untuk ekonomi dan bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Fauziah, N., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, S. (2023). *Literasi keuangan*. Banking Journalist Academy.

- Damanik, E. (2019). *Statistik pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darsini, Fahrurrozi, & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan: Artikel review. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 97.
- Departemen Literasi dan Keuangan OJK. (2021). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2023). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB UNISBANK Semarang [Skripsi, Universitas Stikubank].
- Fadhil, M., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan cashless society terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Universitas Trisakti. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1251–1260. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14695>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, A., Sarniyati, & Friandi, R. (2022). Korelasi pengetahuan dengan sikap masyarakat terhadap penderita skizofrenia di wilayah kerja Puskesmas Kumun tahun 2022. *Prosiding*, 1(2), 705–713.
- Iyaini, B., & Hakim, L. (2023). Pengaruh literasi keuangan, teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melewati penggunaan e-wallet generasi Z [Skripsi, Universitas Teknologi Sumbawa].
- Khabiba, C. D. (2020). Pengaruh gaya hidup, teman sebaya, dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2017 [Skripsi, Universitas Negeri Semarang]. <http://lib.unnes.ac.id/>
- Meilina, A., Suhardi, S., & Wahyudi, W. (2020). Metodologi penelitian pendidikan. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 6(1), 44–52.
- Mulindra, A. B., & Ariani, L. (2023). Pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 4(2), 54–60.
- Munib, A. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mustikawati, E. (2020). Pentingnya literasi keuangan anak sekolah dasar melewati program Market Day di SDIT LHI. *Jurnal Pendidikan: Riset & Konseptual*, 4(3), 431–436. https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v4i3.247
- Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno. (2022). Pengaruh media sosial, literasi ekonomi, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>
- Nasional, S., & Inklusi, L. D. A. N. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan*.
- Nuroctaviani, S., Rustiana, A., & Afriza, E. F. (2023). Pengaruh teman sebaya dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melewati kontrol diri pada mahasiswa [Skripsi, Universitas Siliwangi].
- Pengetahuan, P., & Tanaman, P. (2024). Penggunaan media audio-visual sebagai upaya peningkatan pengetahuan petani tanaman hortikultura tentang cara pembuatan pupuk

- bokashi di Desa Tesbatan, Kecamatan Amarasi, Kabupaten Kupang [Proposal Penelitian].
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>
- Rochendi, T., Rita, R., & Dhyanasaridewi, I. D. (2022). Pentingnya literasi keuangan bagi masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 11(1), 27–35. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.200>
- Rokhayati, I., Hasruti, Purnomo, S. D., & Alam, C. S. (2022). Analisis aspek-aspek yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto). *E-QIEN: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 803–813.
- Sholeh, B. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang. *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 4(2), 57–67. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p57-67.4306>
- Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., Prayoga, R., & Meianti, A. (2022). Pentingnya literasi keuangan bagi masyarakat agar tidak tertipu investasi bodong: Studi kasus Binomo. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 346–355. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v2i3.1901>
- Srimenganti, N., Yosie, R. T., & Wati, N. A. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 19(2), 123–134.
- Studi, P., Ekonomi, P., Pendidikan, J., Pengetahuan, I., Fakultas, S., & Dan, K. (2024). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan [Artikel].
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- W., A. R., & Saputra, B. W. (2021). Perilaku keuangan pada generasi milenial studi kasus pada beberapa perguruan tinggi swasta di Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(1), 81–105. <https://doi.org/10.61769/jabs.v6i1.515>
- Yoga, A. A. G. P. P. D. (2023). Pengaruh literasi keuangan, pergaulan teman sebaya, dan life style terhadap perilaku konsumtif siswa di SMAS Laboratorium Undiksha Singaraja [Skripsi, Universitas Pendidikan Ganesha]. <https://repo.undiksha.ac.id/17978/> <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i2.68801>