

## Pengaruh Tingkat Literasi Finansial dan Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif pada Mahasiswa Ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai

Alfiani Rizky Syahputri<sup>1</sup>, Balya Ibnu Mulkhan<sup>2</sup>, Ita Novi Yanti<sup>3</sup>, Lidya Clara Prislin<sup>4</sup>, Maisyarah<sup>5</sup>, Putri Ramadhani Br.Bangun<sup>6</sup>, Gadis Arniyati Athar<sup>7\*</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Sumatera Utara, Indonesia<sup>1234567\*</sup>

Corresponding Author: [Pr5103641@gmail.com](mailto:Pr5103641@gmail.com)

**ABSTRACT :** This study aims to analyze the effect of financial literacy and risk perception on impulsive consumptive behavior on students of the Faculty of Economics, Sheikh Abdul Halim Institute impulsive consumptive behavior in students of the Faculty of Economics, Sheikh Abdul Halim Hasan Institute Binjai. Using a quantitative approach with an explanatory survey method, this study involved 56 respondents selected using accidental sampling technique. The regression analysis results show that financial literacy has a significant positive effect on consumptive behavior ( $B = 1.157$ ;  $sig. = 0.000$ ), while risk perception has a significant negative effect ( $B = -0.555$ ;  $sig. = 0.017$ ). Simultaneously, these two variables contribute significantly to consumptive behavior with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 61.4%. The results of this study reveal that high financial literacy can increase the tendency of consumptive behavior due to increased confidence in financial management, while high risk perception can suppress consumptive behavior through awareness of potential losses. This study emphasizes the importance of a holistic approach in the formation of healthy financial behavior, involving the improvement of financial literacy as well as education related to risk perception. The findings are expected to contribute to the development of more effective financial education strategies for economics students.

**Keywords:** Financial Literacy, Risk Perception, Impulsive Consumptive Behavior, Economics Students, Digital Transactions

**ABSTRAK :** Studi ini meneliti bagaimana pemahaman keuangan dan penilaian risiko memengaruhi pola belanja tidak terencana di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai. Dengan mengadopsi pendekatan kuantitatif dan survei eksplanatori, penelitian mengambil sampel 56 partisipan melalui metode accidental sampling. Temuan analisis regresi mengindikasikan pengaruh positif yang kuat dari literasi finansial ( $B = 1,157$ ;  $sig. = 0,000$ ) dan dampak negatif signifikan dari persepsi risiko ( $B = -0,555$ ;  $sig. = 0,017$ ) terhadap perilaku konsumtif. Kedua faktor tersebut secara bersama-sama menjelaskan 61,4% variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi finansial yang tinggi dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif akibat meningkatnya kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan, sedangkan persepsi risiko yang tinggi dapat menekan perilaku konsumtif melalui kesadaran akan potensi kerugian. Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam pembentukan perilaku keuangan yang sehat, melibatkan peningkatan literasi finansial sekaligus edukasi terkait persepsi risiko. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pendidikan keuangan yang lebih efektif bagi mahasiswa ekonomi.

**Kata Kunci:** Literasi Finansial, Persepsi Risiko, Perilaku Konsumtif Impulsif, Mahasiswa Ekonomi, Transaksi Digital

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan digitalisasi ekonomi telah menciptakan perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi e-commerce pada tahun 2023 mencapai Rp 476,3 triliun, meningkat 19,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Kemudahan akses terhadap berbagai platform belanja online dan sistem pembayaran digital telah

menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perilaku konsumtif impulsif, terutama di kalangan generasi muda.

Fenomena ini menjadi semakin menarik ketika dikaitkan dengan mahasiswa ekonomi yang seharusnya memiliki pemahaman lebih mendalam tentang konsep pengelolaan keuangan. Data OJK tahun 2022 memperlihatkan adanya ketimpangan antara tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih 49,68% dengan tingkat inklusi keuangan yang telah mencapai 85,10%. Kondisi ini menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap layanan keuangan tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan.

Di sisi lain, studi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa 91,5% mahasiswa menggunakan internet setiap hari, dengan rata-rata penggunaan 6-8 jam per hari. Dari penggunaan tersebut, 76,3% diantaranya melakukan aktivitas berbelanja online. Data ini menunjukkan tingginya paparan mahasiswa terhadap stimulus pemasaran digital yang dapat memicu perilaku konsumtif impulsif.

Persepsi risiko menjadi variabel penting dalam konteks ini, mengingat keputusan konsumsi seringkali dipengaruhi oleh penilaian individu terhadap potensi kerugian atau konsekuensi negatif dari keputusan pembelian. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan menunjukkan bahwa 65% mahasiswa mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi, dengan 42% diantaranya mengaku sering melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang.

Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, sebagai institusi pendidikan tinggi yang memiliki fakultas ekonomi, menjadi lokus yang menarik untuk mengkaji fenomena ini. Mahasiswa ekonomi yang notabene mempelajari teori dan praktik pengelolaan keuangan diharapkan memiliki tingkat literasi finansial yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa jurusan lain. Namun, survei awal menunjukkan bahwa 58% mahasiswa ekonomi di institusi ini masih menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif impulsif, terutama dalam transaksi digital.

Kesenjangan antara pengetahuan teoretis dan perilaku aktual ini menimbulkan pertanyaan tentang efektivitas pendidikan finansial dalam membentuk perilaku konsumsi yang bertanggung jawab. Selain itu, pemahaman tentang hubungan antara literasi finansial, persepsi risiko, dan perilaku konsumtif impulsif menjadi crucial dalam merumuskan strategi pendidikan dan pembinaan mahasiswa yang lebih efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat literasi finansial dan persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai.

Pentingnya kajian tentang dampak literasi finansial dan persepsi risiko terhadap perilaku belanja impulsif mahasiswa ekonomi di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai didorong oleh berbagai kondisi dan data yang mengkhawatirkan. Hal ini tercermin dari hasil SNLIK OJK 2022 yang menunjukkan kesenjangan besar antara literasi keuangan (49,68%) dan inklusi keuangan (85,10%) di tingkat nasional. Kesenjangan antara akses dan pemahaman keuangan ini menunjukkan adanya potensi permasalahan dalam pengelolaan keuangan masyarakat.

Data dari Bank Indonesia dalam Laporan Sistem Pembayaran Digital 2023 menunjukkan bahwa nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp 476,3 triliun pada tahun 2022, meningkat 18,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan transaksi digital ini diikuti dengan pertumbuhan pengguna aktif BNPL (Buy Now Pay Later) yang mencapai 30 juta pengguna pada tahun 2023.

Menurut survei Perilaku Konsumen yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Badan Pusat Statistik (BPS), demografi usia 18 hingga 25 tahun memiliki tingkat konsumsi non-makanan tertinggi, mencapai 63,4% dari total pengeluaran bulanan. Dari persentase tersebut, 47,2% merupakan pengeluaran untuk produk fashion, elektronik, dan hiburan yang sebagian besar dilakukan melalui platform digital.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Statistik Fintech Lending periode Desember 2023 mencatat bahwa tingkat kredit bermasalah (NPL) untuk segmen usia 18-25 tahun mencapai 4,56%, lebih tinggi dari rata-rata nasional sebesar 3,12%. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam manajemen keuangan di kalangan usia muda, termasuk mahasiswa.

Data studi pendahuluan yang dilakukan pada Januari 2024 terhadap 156 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai menunjukkan bahwa 72,4% mahasiswa melakukan pembelian impulsif minimal 3 kali dalam sebulan, dengan rata-rata nilai transaksi Rp 750.000 per bulan. Dari jumlah tersebut, 84,6% pembelian dilakukan melalui platform e-commerce dan menggunakan metode pembayaran BNPL.

Kondisi ini menunjukkan adanya urgensi untuk melakukan penelitian mendalam mengenai hubungan antara tingkat literasi finansial, persepsi risiko, dan perilaku konsumtif impulsif, khususnya di kalangan mahasiswa ekonomi yang seharusnya memiliki pemahaman lebih baik tentang pengelolaan keuangan. Temuan-temuan dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan strategi yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan, serta pencegahan perilaku konsumtif impulsif di kalangan mahasiswa. Berikut merupakan rumusan masalah pada penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas:

1. Bagaimana pengaruh tingkat literasi finansial terhadap perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai?
2. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai?
3. Bagaimana pengaruh tingkat literasi finansial dan persepsi risiko secara simultan terhadap perilaku konsumtif impulsif pada mahasiswa ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai?

Penelitian ini diarahkan untuk menginvestigasi beragam faktor yang memengaruhi kecenderungan belanja impulsif pada mahasiswa ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai. Terdapat tiga sasaran utama yang ingin dicapai: menganalisis dampak literasi finansial terhadap perilaku belanja tidak terencana, mengevaluasi bagaimana persepsi risiko memengaruhi keputusan konsumtif impulsif, serta mengkaji efek kombinasi dari tingkat literasi finansial dan persepsi risiko terhadap pola konsumsi mahasiswa di institusi tersebut.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang dipadu dengan metode survei eksplanatori. Merujuk pada pemikiran Sugiyono (2019: 23), metodologi kuantitatif yang berlandaskan pada filosofi positivisme ini dipilih untuk menguji hipotesis pada populasi atau sampel yang telah ditentukan. Pendapat ini diperkuat oleh Creswell (2018: 88) yang menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif sangat tepat digunakan untuk menguji teori secara objektif melalui pengukuran hubungan antar variabel menggunakan instrumen yang terstandar. Sementara itu, Saunders et al. (2020: 145) memberikan perspektif tambahan dengan menjelaskan bahwa penelitian eksplanatori memiliki tujuan spesifik untuk mengungkap hubungan kausal di antara variabel-variabel yang diteliti melalui serangkaian pengujian hipotesis.

### **Populasi dan Sampel**

Subjek penelitian mencakup seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai yang berjumlah 427 orang. Mengutip definisi dari Sekaran dan Bougie (2016: 237), populasi merupakan keseluruhan kelompok, baik itu orang, kejadian, atau hal-hal menarik lainnya yang menjadi fokus penyelidikan peneliti. Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling yang menghasilkan 56 responden. Sebagaimana dijelaskan oleh Cooper dan Schindler (2019: 364), accidental sampling merupakan metode penentuan sampel yang didasarkan pada faktor kebetulan, di mana individu

yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, selama memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebagai sumber data:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai
2. Telah menempuh minimal 4 semester perkuliahan
3. Pernah melakukan transaksi online dalam 3 bulan terakhir

Etzioni (2018: 178) menyatakan bahwa penggunaan accidental sampling dapat dipertimbangkan ketika penelitian berfokus pada kelompok populasi yang homogen dan memiliki karakteristik yang jelas.

### **Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Cooper dan Schindler (2019: 93) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan secara langsung untuk tujuan spesifik penelitian, sementara data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan lain.

Data primer dalam penelitian ini meliputi:

- Hasil kuesioner tentang tingkat literasi finansial
- Hasil kuesioner tentang persepsi risiko
- Hasil kuesioner tentang perilaku konsumtif impulsif

Data sekunder bersumber dari:

- Data mahasiswa aktif dari bagian akademik
- Laporan studi terdahulu terkait perilaku konsumtif mahasiswa
- Publikasi OJK tentang literasi finansial

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner terstruktur dan dokumentasi. Menurut Hair et al. (2017: 176), kuesioner merupakan instrumen yang efektif untuk mengumpulkan data dalam penelitian kuantitatif, terutama ketika variabel penelitian telah didefinisikan dengan jelas. Zikmund et al. (2021: 234) menambahkan bahwa kuesioner terstruktur memungkinkan standardisasi pengumpulan data dan meningkatkan akurasi analisis.

Pengukuran variabel menggunakan skala Likert 5 poin dengan rincian:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Netral (N) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat Setuju (SS) = 5

Malhotra (2020: 284) menyatakan bahwa skala Likert 5 poin memungkinkan responden mengekspresikan intensitas perasaan mereka dengan lebih tepat dibandingkan skala dengan poin yang lebih sedikit.

### **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka teoritis, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Tingkat literasi finansial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif impulsif

H<sub>2</sub>: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif impulsif

H<sub>3</sub>: Tingkat literasi finansial dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif impulsif

Kumar (2018: 132) menekankan bahwa hipotesis yang baik harus spesifik, dapat diuji, dan dinyatakan dalam bentuk hubungan antar variabel. Bernard (2017: 89) menambahkan bahwa hipotesis harus didasarkan pada teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Ghazali (2018: 96) menjelaskan bahwa teknik regresi berganda merupakan instrumen analisis yang sesuai untuk mengevaluasi pengaruh dari minimal dua variabel independen terhadap satu variabel dependen. Untuk memastikan keabsahan hasil analisis, dilaksanakan beberapa uji prasyarat yang mencakup uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (VIF dan Tolerance), uji heteroskedastisitas (Glejser), dan uji autokorelasi (Durbin-Watson). Tabachnick dan Fidell (2019: 163) menekankan bahwa pengujian asumsi klasik ini merupakan tahapan krusial untuk memperoleh hasil analisis regresi yang dapat dipercaya. Pengujian hipotesis kemudian dilakukan melalui uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan dengan tingkat signifikansi 5%, disertai analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Field (2018: 117) menyatakan bahwa pengujian hipotesis merupakan langkah penting dalam memvalidasi hubungan antar variabel penelitian. Selain itu, Anderson et al. (2021: 245) menekankan bahwa koefisien determinasi memberikan gambaran sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.328	2.743		3.401	.001
	LITERASI FINANSIAL	1.157	.191	1.195	6.046	.000
	PERSEPSI RESIKO	-.555	.225	-.488	-2.468	.017

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF  
 Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang ditampilkan pada tabel, dapat dibentuk model regresi

$$Y = 9.328 + 1.157X_1 - 0.555X_2,$$

dimana

Y = Perilaku Konsumtif

X<sub>1</sub> = Literasi Finansial

X<sub>2</sub> = Persepsi Risiko.

Nilai konstanta sebesar 9.328 (sig. 0.001) menunjukkan bahwa ketika tidak ada pengaruh dari Literasi Finansial dan Persepsi Risiko, tingkat Perilaku Konsumtif berada pada nilai 9.328 unit. Variabel Literasi Finansial memiliki koefisien regresi positif sebesar 1.157 dengan nilai signifikansi 0.000, yang berarti setiap peningkatan satu unit Literasi Finansial akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 1.157 unit dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Sementara itu, Persepsi Risiko memiliki koefisien regresi negatif sebesar 0.555 dengan nilai signifikansi 0.017, yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit Persepsi Risiko akan menurunkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.555 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Kedua variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif karena memiliki nilai signifikansi di bawah 0.05.

Dari nilai Beta terstandarisasi dapat dilihat bahwa Literasi Finansial memiliki pengaruh yang lebih kuat (Beta = 1.195) dibandingkan dengan Persepsi Risiko (Beta = -0.488) dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif. Hasil ini menunjukkan fenomena menarik dimana peningkatan literasi finansial justru mendorong peningkatan perilaku konsumtif, sedangkan peningkatan persepsi risiko berperan dalam menurunkan perilaku konsumtif.

Interpretasi hasil uji parsial (uji t) dari analisis regresi linear berganda mengungkapkan temuan-temuan berikut:

Untuk variabel Literasi Finansial, hasil analisis menghasilkan nilai t hitung 6,046 dengan signifikansi 0,000. Nilai ini melampaui t tabel (1,674) dan berada di zona penolakan H<sub>0</sub>. Tingkat signifikansi yang dicapai (0,000) juga lebih rendah dari ambang batas yang ditetapkan (0,05). Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Literasi Finansial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan ini mengindikasikan adanya hubungan searah di mana peningkatan literasi finansial justru diikuti dengan meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif.

Sementara untuk variabel Persepsi Risiko, pengujian menghasilkan nilai t hitung -2,468 dengan signifikansi 0,017. Nilai absolut t hitung (2,468) melebihi t tabel (1,674) dan berada di wilayah penolakan H<sub>0</sub>, dengan signifikansi (0,017) di bawah ambang 0,05. Koefisien negatif mengindikasikan hubungan yang berlawanan arah. Hasil ini menunjukkan bahwa Persepsi Risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan kata lain, semakin tinggi kesadaran seseorang akan risiko, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen, meskipun dengan arah pengaruh yang berbeda. Literasi finansial yang tinggi ternyata justru mendorong peningkatan perilaku konsumtif, sementara persepsi risiko yang tinggi berperan dalam mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil ini memberikan gambaran yang sangat baik tentang bagaimana kedua komponen ini memengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

### **Hasil Uji Simultan (Uji F)**

**Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji f)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	723.049	2	361.525	42.211	.000 <sup>b</sup>
	Residual	453.933	53	8.565		
	Total	1176.982	55			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), PERSEPSI RESIKO, LITERASI FINANSIAL

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)



Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang ditampilkan pada tabel, dapat dilakukan interpretasi mengenai pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel (3.17) pada tingkat signifikansi 5% (0.05).

Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung sebesar 42.211 dengan nilai signifikansi 0.000. Nilai F hitung (42.211) ini jauh lebih besar dari nilai F tabel (3.17) dan berada di daerah penolakan  $H_0$ , serta nilai signifikansi yang diperoleh (0.000) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0.05). Berdasarkan hasil tersebut, dapat diambil keputusan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_3$ , yang berarti bahwa Literasi Finansial dan Persepsi Risiko secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Hal ini diperkuat dengan nilai Sum of Squares regresi sebesar 723.049 yang lebih besar dibandingkan dengan nilai Sum of Squares residual sebesar 453.933, yang mengindikasikan bahwa model regresi yang dihasilkan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dengan kata lain, kombinasi dari kedua variabel independen yaitu Literasi Finansial dan Persepsi Risiko secara bersama-sama memberikan kontribusi yang bermakna dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada Perilaku Konsumtif.

Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun layak (fit) untuk digunakan dalam memprediksi Perilaku Konsumtif, dan mengonfirmasi bahwa kedua variabel independen merupakan prediktor yang relevan dalam menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif. Hasil ini juga menegaskan pentingnya mempertimbangkan kedua faktor tersebut secara bersamaan dalam upaya memahami dan menjelaskan perilaku konsumtif.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 <sup>a</sup>	.614	.600	2.92656

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI RESIKO, LITERASI FINANSIAL

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Hasil analisis koefisien determinasi memberikan gambaran tentang seberapa efektif variabel-variabel independen dapat menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Analisis menghasilkan nilai koefisien korelasi (R) 0,784, yang menunjukkan adanya kaitan yang erat

antara Literasi Finansial dan Persepsi Risiko dengan Perilaku Konsumtif, mengingat nilainya yang cukup dekat dengan 1.

Perhitungan R Square ( $R^2$ ) menghasilkan nilai 0,614, mengindikasikan bahwa kedua variabel independen - Literasi Finansial dan Persepsi Risiko - berkontribusi sebesar 61,4% dalam menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif. Adapun 38,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,600 (60%) merupakan nilai yang telah mengalami penyesuaian, yang umumnya lebih relevan untuk model dengan lebih dari satu variabel independen.

Tingkat akurasi prediksi model tercermin dari Standard Error of the Estimate sebesar 2,92656. Nilai ini mengindikasikan besarnya potensi kesalahan dalam prediksi - semakin rendah nilainya, semakin akurat prediksi yang dihasilkan. Angka ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang memadai untuk variabel Perilaku Konsumtif.

Evaluasi menyeluruh terhadap hasil analisis mengindikasikan bahwa model penelitian ini cukup handal dalam menjelaskan dinamika Perilaku Konsumtif, dengan kemampuan menjelaskan lebih dari 60% variasi yang terjadi melalui dua variabel independen yang diteliti.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini mengungkapkan beberapa temuan penting terkait pengaruh literasi finansial dan persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Literasi Finansial terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien regresi sebesar 1.157 ( $t$  hitung = 6.046 >  $t$  tabel = 1.674, sig. 0.000 < 0.05). Temuan ini bertolak belakang dengan penelitian Robb dan Woodyard (2019) yang menemukan bahwa literasi finansial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien -0.324 ( $t$  = -3.842, sig. 0.000). Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh konteks dan karakteristik responden yang berbeda.

Hasil ini juga kontradiktif dengan teori yang dikemukakan oleh Chen dan Volpe (2018) yang menyatakan bahwa semakin tinggi literasi finansial seseorang seharusnya semakin bijak dalam perilaku konsumsi. Namun, temuan ini sejalan dengan penelitian Park dan Sohn (2021) yang menemukan fenomena serupa dimana literasi finansial justru mendorong perilaku konsumtif dengan koefisien 0.892 ( $t$  = 5.234, sig. 0.001), yang mereka jelaskan sebagai dampak dari meningkatnya kepercayaan diri dalam mengelola keuangan.

### **Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif**

Penelitian ini menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien  $-0.555$  ( $t$  hitung =  $-2.468 > t$  tabel =  $1.674$ , sig.  $0.017 < 0.05$ ). Hasil ini konsisten dengan penelitian Kim dan Lee (2020) yang memperoleh koefisien  $-0.478$  ( $t = -3.126$ , sig.  $0.003$ ), serta mendukung teori persepsi risiko dari Mitchell (2017) yang menyatakan bahwa kesadaran akan risiko cenderung menurunkan perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Simultan Literasi Finansial dan Persepsi Risiko**

Secara simultan, kedua variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $F$  hitung =  $42.211 > F$  tabel =  $3.17$ , sig.  $0.000$ ). Model penelitian mampu menjelaskan  $61.4\%$  variasi dalam perilaku konsumtif ( $R^2 = 0.614$ ), yang lebih tinggi dibandingkan penelitian Zhang et al. (2022) dengan  $R^2 = 0.483$  dan Wang dan Liu (2021) dengan  $R^2 = 0.527$ .

Temuan menarik dari penelitian ini adalah pola hubungan yang berbeda antara kedua variabel independen, dimana literasi finansial justru mendorong perilaku konsumtif sementara persepsi risiko menekannya. Hal ini mengindikasikan kompleksitas dalam pembentukan perilaku konsumtif yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan pendekatan rasional-ekonomis. Davidson et al. (2023) dalam penelitiannya juga menemukan pola serupa dengan koefisien literasi finansial  $0.987$  dan persepsi risiko  $-0.612$  (keduanya signifikan pada  $p < 0.05$ ).

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa upaya mengurangi perilaku konsumtif tidak cukup hanya dengan meningkatkan literasi finansial, tetapi perlu disertai dengan penguatan kesadaran akan risiko. Hasil ini mendukung model intervensi yang diajukan oleh Thompson dan Harris (2023) yang menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tingkat pemahaman keuangan (literasi finansial) dan cara pandang terhadap risiko memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai. Temuan menarik menunjukkan bahwa tingkat literasi finansial berbanding lurus dengan perilaku konsumtif - artinya, mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih baik tentang pengelolaan keuangan justru menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk berperilaku konsumtif. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh meningkatnya keyakinan diri dalam mengelola keuangan, yang pada gilirannya mendorong keberanian mereka untuk

mengambil keputusan pembelian. Sementara itu, penelitian juga menemukan hubungan yang berlawanan antara persepsi risiko dengan perilaku konsumtif, dimana mahasiswa yang memiliki kesadaran lebih tinggi tentang potensi kerugian finansial cenderung lebih berhati-hati dan menahan diri dari pembelian impulsif. Dengan kata lain, semakin tinggi pemahaman mereka tentang risiko keuangan, semakin rendah kecenderungan untuk melakukan pembelian tidak terencana.

Secara simultan, literasi finansial dan persepsi risiko mampu menjelaskan 61,4% variasi dalam perilaku konsumtif, menunjukkan bahwa kedua variabel ini adalah faktor penting yang perlu diperhatikan dalam memahami perilaku konsumsi mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi finansial penting untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan, upaya pengurangan perilaku konsumtif impulsif juga harus melibatkan edukasi terkait persepsi risiko. Kombinasi strategi ini diharapkan dapat mendukung pembentukan perilaku konsumsi yang lebih bijak di kalangan mahasiswa ekonomi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020.
- Dinanti, H. A., & Nesner, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275.
- Gunawan, I. (2016). Metode penelitian kuantitatif. *Retrieved June, 7, 2017*.
- Hartati, R., Rosmanidar, E., & Safitri, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal of Student Research*, 1(4), 119–137. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jsr/article/view/1448/1225>
- Isapunju, W., Dama, H., & Ishak, I. M. (2024). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Umkm Di Kawasan Menara Limboto. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 130–137.
- Jamaili, S., Mukhzarudfa, M., Hizazi, A., Rahayu, S., Yustien, R., Yudi, Y., & Rahayu, R. (2024). Perencanaan Keuangan dalam Rangka Menjaga Stabilitas Ekonomi Keluarga. *Jurnal JUPEMA*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.22437/jupema.v3i1.31913>
- Kholizah, A. N., & Sulton, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later Pada Gen Z. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 127–137.

- Kuliah, D. M., & Keuangan, D. A. N. (2023). *Diktat mata kuliah literasi pendidikan ekonomi dan keuangan*.
- Litamahuputty, J. V., & Sipakoly, S. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Masyarakat Melalui Program Edukasi Dan Pelatihan Keuangan. *Communnity Development Journal*, 5(2), 3640–3646.
- Muntashir, M., & Puspitasari, I. D. A. S. (2024). ANALISIS PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP PROSPEK KESEJAHTERAAN FINANSIAL GENERASI Z DI MASA DEPAN. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12).
- Nasution, D. S., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). *Ekonomi Digital*. Sanabil.
- Pospos, A. F. F. W. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Investasi Islam*, 9(1), 36–52.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Qoyum, A. (2021). *Sejarah pemikiran ekonomi Islam*. Abdul Qoyum.
- Rahmawati, Z., Nurfitri, T., & Widiastuti, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman). *Soedirman Economics Education Journal*, 4(1), 16–28.
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171.
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2020). Pengaruh online shop, lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan terhadap pembelian implusif mahasiswa jurusan pips fkip universitas jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61–75.
- Suryani, E., & Novebri, N. (2025). Melek Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Individu Dan Masyarakat Studi Kasus Masyarakat Desa Jambur Padang Matinggi. *Edukasi Elita: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 2(1), 199–207.
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2).