
PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *LIFESTYLE*, DAN *SELF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA LAYANAN GOPAY DI SURAKARTA

Wahyu Tri Utami¹, Tri Ratna Pamikatsih^{2*}

^{1,2}*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo,*
Email Korespondensi: triratna.pamikatsih@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan gopay di Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara online. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji parsial (uji t) dan koefisien determinasi (R). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif, *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, *self control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of financial literacy, lifestyle, and self-control on the consumptive behavior of Gopay service users in Surakarta. The research method used is a quantitative method with a sampling technique using purposive sampling. The sample used in this study was 130 respondents. Data was obtained through the distribution of questionnaires conducted online. Data processing uses validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, partial tests (t-test), and the coefficient of determination (R). The results of this study indicate that there is a positive and significant relationship between financial literacy on the consumptive behavior, lifestyle has a positive and significant effect on the consumptive behavior, self-control a positive and significant effect on the consumptive behavior.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, Consumptive Behavior*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi kian semakin membawa kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya kemudahan mengakses internet, Pengguna teknologi internet saat ini tidak hanya untuk mengakses informasi saja. Menurut riset pada tahun 2022 yang dilakukan Riyanto (2022), Indonesia merupakan salah satu negara pengguna internet terbesar di dunia, dengan jumlah 204,7 juta pengguna internet dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 277,7 juta jiwa. Teknologi yang berkembang saat ini menjadikan terciptanya sebuah inovasi berupa alat pembayaran.

Sistem pembayaran saat ini adalah *e-wallet*. *E-wallet* merupakan dompet digital layanan elektronik yang digunakan sebagai alat transaksi online dan untuk penyimpanan dana. Dengan adanya perkembangan dompet digital saat ini yang menawarkan kemudahan dan keefektifan dalam bertransaksi pembayaran akan membuat masyarakat lebih mudah membelanjakan uangnya. Menurut riset pada tahun 2022 yang dilaksanakan Hasya (2022), perkembangan *e-wallet* di Indonesia merilis 10 besar *e-wallet* yang paling sering dipakai masyarakat. Berikut daftar aplikasi dompet digital (*e-wallet*) Dipakai di Indonesia berdasarkan survei populix :



Gambar 1 *E-Wallet* yang Paling Sering Dipakai di Indonesia
Sumber : GoodStats.id, 2022

Berdasarkan gambar 1 Perusahaan dompet digital yang berafiliasi dengan layanan aplikasi gojek Indonesia. Berdasarkan survey populix menemukan 88 persen responden menggunakan dompet digital gopay. Gopay ini sekaligus menjadi yang terlaris di Indonesia. Gopay merupakan dompet digital yang pada awalnya dapat dipakai untuk pembayaran seluruh layanan gojek tetapi kini telah menjadi alat pembayaran resmi di sebagian besar kios di Indonesia (Hasya, 2022). Gopay memberikan promo menarik bagi yang melakukan transaksi melaluinya. Biasanya berupa *cashback* atau diskon. Misalkan mendapatkan *cashback* sebesar 50% jika pembayarannya menggunakan gopay. Disamping kemudahan dan promo menarik yang ditawarkan gopay bisa membuat konsumen lebih konsumtif. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk memenuhi kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan yang akan menyebabkan pemborosan biaya. Kata konsumtif memiliki arti

boros, yang berlebihan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Pola hidup manusia dikendalikan serta didorong oleh suatu impian untuk memenuhi suatu keinginan kesenangan saja hal tersebut dianggap menjadi perilaku konsumtif (Wahyuni et al, 2019)

Tujuan peneliti untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat terhadap perilaku konsumtif pengguna gopay pada aplikasi gojek yang memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan sehari-hari. Pengguna gopay dapat dipengaruhi beberapa faktor seperti yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independent yaitu *Financial Literacy*, *Lifestyle*, dan *Self Control*.

Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya *researchgate*, dibuktikan riset yang dilakukan oleh Pratiwi & Susanti (2022) penelitian tersebut memperoleh hasil *Financial Literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara itu hasil penelitian Haryana (2020) membuktikan bahwa variabel *Financial Literacy* dan *Self Control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian dilakukan untuk mengkaji serta memecahkan suatu riset apakah terdapat pengaruh *financial literacy*, *lifestyle* dan *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna gopay di kalangan masyarakat. Menurut Wahyuni et al (2019) Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang membeli suatu barang yang berlebihan dan lebih memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan. Menurut Haq & Iswandi (2022), Perilaku konsumtif adalah perilaku seorang individu yang berlebihan membeli barang secara tidak terencana dan lebih mementingkan faktor keinginan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai kepuasan maksimal seseorang berperilaku membeli barang berlebihan berdasarkan keinginan yang kurang diperlukan. Tindakan seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan akan menyebabkan pemborosan biaya. Indikator Perilaku Konsumtif yaitu Yuniarti (2015) dalam Sardiyo & Martini (2022) :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penamapilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Literasi keuangan adalah kompetensi maupun ketrampilan yang wajib dimiliki seseorang untuk dapat mengubah taraf hidupnya, dengan cara memahami pengalokasian dan perencanaan sumber daya finansial yang efektif dan akurat (Safura Azizah, 2020). Literasi keuangan adalah ukuran pemahaman seseorang tentang konsep keuangan, serta kemampuan dan kepercayaan dirinya dalam mengelola keuangan pribadi, membuat keputusan yang tepat dan mengetahui kondisi ekonomi (Sugiharti & Maula, 2019). Literasi keuangan yang baik akan membuat masyarakat mudah dalam mengalokasikan uangnya dengan baik sehingga mampu mengendalikan diri dalam mengambil keputusan keuangan dengan bijak. Menurut Nurjanah et al (2022), terdapat 2 Indikator literasi keuangan:

1. Pengetahuan Dasar Keuangan
2. Pengetahuan Investasi

Beberapa penelitian terdahulu mengenai *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif yaitu penelitian dari Pratiwi & Susanti (2022) menyatakan *Financial Literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Sedangkan Haryana (2020)

membuktikan bahwa variabel *Financial Literacy* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Kesenjangan yang terjadi antara variabel tersebut dapat dilihat bahwa tingkat pemahaman tentang literasi belum sepenuhnya di sosialisasikan kepada masyarakat sehingga masyarakat banyak yang belum mengerti pentingnya literasi keuangan. Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti merumuskan hipotesis berikut.

H1 : *Financial Literacy* diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat di Surakarta

Lifestyle (Gaya Hidup) adalah gambaran diri setiap orang yang mengalami perubahan tingkah laku seperti mengikuti trend yang sedang berkembang dan masuk dalam kebutuhan primer (Listiyani et al, 2021). Hal ini dapat menimbulkan seseorang berlebihan dalam membelanjakan uangnya untuk mengikuti trend yang sedang berkembang serta membuat seseorang sulit untuk mengontrol dirinya. Indikator gaya hidup (Kusnandar & Kurniawan, 2018) :

- a. Aktivitas
- b. Minat
- c. Opini

Menurut Pratiwi & Susanti (2022) menyatakan bahwa *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dikarenakan gaya hidup seseorang yang terlalu berlebihan dan suka mengikuti trend akan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan sehingga terjadi peningkatan perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H2 : *Lifestyle* diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat di Surakarta

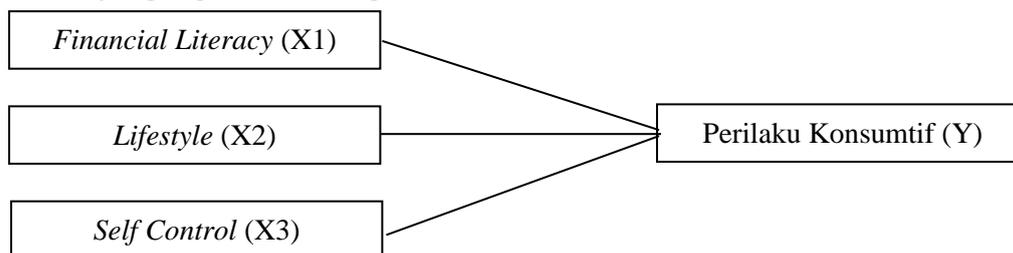
Self Control (Kontrol Diri) ialah usaha seseorang dalam mengendalikan perilaku, mengendalikan kognisi serta mengendalikan keputusan. Orang dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian apakah yang dibeli benar-benar diperlukan atau sekedar untuk memenuhi keinginan bila orang tersebut memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi (Irianti Asisi, 2020). kontrol diri merupakan kemampuan seseorang yang digunakan untuk mengatur perasaan, pikiran, serta Tindakan pada dirinya sendiri terhadap Tindakan yang tidak sesuai dengan tujuan (Lindner et al,2018). (Ramadhani,2019) menyebutkan terdapat 3 indikator kontrol diri, yaitu:

- a. Kontrol perilaku (*behavior control*)
- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*)
- c. Mengontrol keputusan (*decisional control*)

Seseorang yang mampu mengendalikan diri dengan baik, maka tingkat tindakan untuk melakukan perilaku konsumtif akan semakin rendah. Karena setiap individu dapat meminimalisir belanja yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan bisa mengalokasikan biaya untuk rencana masa depan. Berdasarkan pemamparan tersebut peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3 : *Self Control* diduga berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat di Surakarta

Berdasarkan Hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini maka kerangka pemikiran yang digunakan sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Pendekatan riset ini ialah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy*, *Lifestyle*, dan *Self Control* terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan gopay. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan objek Layanan Gopay. Objek pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna layanan gopay di Surakarta. berdasarkan (republika.co.id) kota Surakarta saat ini sangat diupayakan dalam perluasan sistem pembayaran non tunai. Dan didukung (suaramerdeka.com) saat ini terdapat berbagai capaian digitalisasi termasuk kegiatan transaksi menggunakan digital payment di kota Surakarta yang termasuk tinggi. Pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang telah dibagikan dan data sekunder diperoleh dari internet. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian yaitu dengan menggunakan kuesioner melalui *google formulir*, dengan memberikan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden secara online yang berisikan item pernyataan menggunakan skala *likert* dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 4 (sangat setuju).

Populasi yang digunakan yaitu populasi tidak terbatas dimana yang menjadi objek dalam penelitian ini masyarakat pengguna layanan gopay. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Menurut Sugiyono (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling*, dengan kriteria responden yaitu, pengguna layanan gopay, usia responden antara 21 tahun ke atas, gopay mengeluarkan kebijakan bahwa pengguna gopay berusia minimal 21 tahun. Menurut Hair et al, (2010) mengemukakan bahwa sampel yang terlalu besar akan menyulitkan peneliti untuk mendapatkan model yang cocok untuk memperoleh jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}
 & \text{(Indikator Variabel) } 5 \text{ sampai } 10 \\
 & = (13) \text{ } 5 \text{ sampai } 10 \\
 & = 13 \times 10 \\
 & = 130 \text{ reponden}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut jumlah sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 130 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan hasil bahwa seluruh pernyataan pada variabel memiliki r hitung $\geq r$ tabel sejumlah 0,1723 sehingga data pada seluruh item pernyataan variabel tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 1 uji menunjukkan hasil uji reliabilitas. Cronbach's alpha $\geq 0,60$, maka variabel X1, X2, dan X3 dinyatakan reliabel.

Tabel 1. HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	,638	,60	Reliabel
<i>Lifestyle</i> (X2)	,793	,60	Reliabel
<i>Self Control</i> (X3)	,774	,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	,768	,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS 25 (2023, data diolah)

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa uji normalitas dengan kolmogorov Smirnov terpenuhi karena $0,200 \geq 0,05$. Hasil tersebut membuktikan data sampel penelitian berdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil perhitungan yang didapatkan dalam uji multikolinieritas dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 25 menyatakan keseluruhan variabel tidak terjadi multikolinieritas karena pada tabel 2 menunjukkan skor kolom VIF ≤ 10 sedangkan skor Tolerance $\geq 0,10$.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil output IBM SPSS Statistic 25 pada tabel uji heteroskedastisitas dengan mengaplikasikan uji gletser yang menunjukkan skor sig. $\geq 0,05$ maka tidak terjadi kendala heteroskedastisitas.

Tabel 2. HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS DAN HETEROSKEDASTISITAS

Variabel	Tolerance	VIF	Sig.
<i>Financial Literacy</i> (X1)	,467	2,141	,066
<i>Lifestyle</i> (X2)	,475	2,104	,880
<i>Self Control</i> (X3)	,490	2,042	,138

Sumber : Output SPSS 25 (2023, data diolah)

Uji Koefisien Determinasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi *Financial Literacy*, *Lifestyle*, *Self Control*, dan Perilaku Konsumtif sejumlah 0,552 (55,2%) *R Square* atau 0,541 (54,1%) *Adjusted R Square* serta sisanya 45,9% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

Uji Parsial (Uji T)

Analisis uji t atau uji parsial menunjukkan hasil pada tabel sig dengan syarat nilai signifikan kurang dari 0,05. Jumlah *financial literacy* adalah $0,021 \leq 0,05$ yang berarti *financial literacy* mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta. Jumlah *lifestyle* ialah $0,006 \leq 0,05$ yang berarti *lifestyle* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta. Jumlah *self control* adalah $0,000 \leq 0,05$ yang berarti *self control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta.

Tabel 3. HASIL UJI T

Variabel	Unstandardized B	Coefficients Std Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(constant)	,708	1,222		,579	,564
<i>Financial Literacy</i> (X1)	,269	,115	,204	2,333	,021
<i>Lifestyle</i> (X2)	,214	,076	,243	2,806	,006
<i>Self Control</i> (X3)	,371	,080	,395	4,631	,000

Sumber : Output SPSS 25 (2023, data diolah)

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian diketahui *financial literacy* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta. Hal tersebut diamati melalui uji t yang memperlihatkan sebanyak 2,333 dengan taraf signifikan $0,021 \leq 0,05$, dengan begitu H1 diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Haryana, 2020) dan (Irianti Asisi, 2020) yang menunjukkan *financial literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, semakin baik *financial literacy* masyarakat belum tentu memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam berperilaku konsumtif, hal ini disebabkan adanya pengaruh lingkungan dan pendapatan masyarakat pengguna layanan Gopay. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Pratiwi & Susanti, 2022) yang menunjukkan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Banyak masyarakat yang kurang memahami tentang *financial literacy* seperti pengetahuan pada finansial, sehingga bisa menyebabkan masyarakat mengalami kerugian akibat kondisi perekonomian yang menurun dan berkembangnya sistem teknologi cenderung boros oleh karena itu masyarakat semakin konsumtif.

Pengaruh *Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta. Dibuktikan dengan perhitungan uji t memiliki nilai sebesar 2,806 dengan taraf signifikan $0,006 \leq 0,05$, sehingga H2 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil riset ini sejalan dengan riset sebelumnya oleh (Pratiwi & Susanti, 2022) dan (Fungky et al., 2021) yang menunjukkan bahwa *lifestyle* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi gaya hidup masyarakat maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Menurut Listiyani et al, (2021) gaya hidup

merupakan gambaran diri setiap orang yang mengalami perubahan tingkah laku seperti mengikuti trend yang sedang berkembang. Munculnya perilaku konsumtif pada masyarakat disebabkan karena memiliki rasa gengsi yang tinggi, rasa gengsi ini yang masyarakat untuk bersifat konsumtif.

Pengaruh *Self Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis ketiga ialah variabel *self control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta. Dilihat dari perhitungan uji t sebesar 4,631 dengan taraf signifikan $0,000 \leq 0,05$, maka H4 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Prihatini & Irianto, 2021) yang mengatakan variabel pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi pengendalian diri seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal ini mengindikasikan bahwa pengendalian diri yang baik belum tentu dapat mempengaruhi pola perilaku konsumsi yang baik pula. Hal tersebut disebabkan adanya pengaruh eksternal seperti teman dan lingkungan. Menurut Derang et al, (2021) masyarakat yang memiliki sosial tinggi cenderung berpola konsumsi tinggi yaitu mengkonsumsi produk dengan melihat pada modelnya daripada melihat manfaatnya. Kesadaran seseorang bahwa ia masuk dalam status sosial yang tinggi, maka menyebabkan timbulnya keinginan untuk diakui statusnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang bisa disimpulkan bahwa variabel *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna layanan Gopay di Surakarta. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang hanya dilakukan melalui *google form* saja.

Saran untuk pengguna gopay di Surakarta, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan kesadaran bagi pengguna gopay akan pentingnya mempelajari *financial literacy*, *lifestyle* dan *self control* dengan baik dan benar sehingga mampu mengendalikan penggunaan uang secara terarah dan menghindari pemborosan, selain itu dengan adanya kebutuhan gaya hidup yang berubah dengan cepat, diperlukan kontrol diri yang tinggi terhadap perubahan trend maupun terhadap pembelian produk yang tidak benar-benar dibutuhkan. Pengguna gopay mampu memilih mana produk yang benar-benar dibutuhkan dan selalu berpikir terlebih dahulu sebelum memutuskan dalam penggunaan produk.

DAFTARPUSTAKA

- Derang, I., Nazara, P. G., Santa, S., & Medan, E. (2021). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan*.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2013). *On Multivariate Data Analysis* Joseph F . Hair Jr . William C . Black Eight Edition.
- Haq, A., & Iswandi, I. (2022). *Relevansi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. 1(3), 415–424.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Hasya, R. (2022). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. 7 Agustus. <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- <https://m.republika.co.id/amp/rjw3eh399> Diakses pada 2 Februari 2023
- <https://solo.suaramerdeka.com/solo-raya/amp/pr-053780095/solo-jadi-yang-pertama-grab-ovo-luncurkan-drive-thru-pembayaran-pajak-daerah-dan-layanan-publik> Diakses pada 2 Februari 2023
- Irianti Asisi, P. (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.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA) 8 Purwokerto*, 1(8), 1–12.
- Listiyani, E., Aziz, A., & Wahyudi. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Pt. Toyota Motor Manufacturing Indonesia 1. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 28–44.
- Nurjanah, R., Surhayani, S., & Asiah, N. (2022). Faktor Demografi, Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Umkm Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 7(01), 1–16. <https://doi.org/10.37366/akubis.v7i01.431>
- Pratiwi, R. P., & Susanti, A. (2022). Menguji Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Millennial Pengguna Go-Jek Sukoharjo. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(1), 61. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i1.502>

- 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>
- Riyanto, A. D. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. February. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Sardiyo, & Martini. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung. *Journal*, 6(0292), 50–76.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.