

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Electronic Money* terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Malang Angkatan Tahun 2020-2022)**Handini Nur Chameli Atuz Zahro^{*)}****Ronny Malavia Mardani^{**)}****Sulton Sholehuddin^{***)}****Email : handini.zar610@gmail.com****Universitas Islam Malang*****Abstract***

The objective of this study is to examine and elucidate how consumer behavior is impacted by financial literacy, lifestyle, and electronic money. Case Study of Management Students at the Islamic University of Malang Class of 2020-2022. A sample of one hundred respondents was selected using random sampling methods from the Slovin formula for this study. This study used multiple linear regression analysis as a quantitative data analysis tool. Partial hypothesis testing is done using the data. The study's findings indicate that, to a lesser extent, the Lifestyle variable and the Financial Literacy variable have a significant impact on the purchase behavior of students enrolled in the Management study program at the Islamic University of Malang. Malang, the Lifestyle variable has a significant influence on the Consumptive Behavior of Management study program students at the Islamic University of Malang, Islamic University of Malang, and Electronic Money has a significant influence on the Consumptive Behavior of Management study program students at the Islamic University of Malang, Malang.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Electronic Money, Consumptive Behavior*

Pendahuluan

Perkembangan dan pertumbuhan teknologi yang cepat, seiring dengan munculnya periode yang lebih kontemporer, telah menjadi pendorong utama di balik perilaku konsumtif mahasiswa tertentu. Generasi milenial, yang dianggap sebagai generasi yang paling konsumtif secara keseluruhan dan lebih mengutamakan kebutuhan jangka pendek daripada kebutuhan jangka panjang saat melakukan pembelian secara online, merupakan kelompok yang paling berpengaruh terhadap pola konsumsi ini. Kegiatan konsumtif yang sering dilakukan ini biasanya hanya didorong oleh keinginan akan produk tersebut dan tidak selalu diperlukan untuk memenuhi kebutuhan. Orang-orang terlibat dalam perilaku konsumtif karena mereka memiliki beberapa keinginan. Dalam situasi ini, literasi keuangan dapat membantu dalam pengelolaan keuangan, memberikan pengetahuan keuangan, dan memungkinkan penghematan keuangan pribadi. Seseorang yang memiliki literasi keuangan dapat mengelola atau mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih bijaksana karena mereka memiliki informasi atau wawasan yang diperlukan untuk memperoleh, mengelola, dan mengalokasikan dana mereka. Literasi keuangan bisa mengukur seberapa besar individu dapat memahami informasi keuangan dan kemudian mengambil keputusan yang tepat berdasarkan informasi tersebut. Sebaliknya, mereka ingin menunjukkan bahwa mereka menyadari dan mengikuti tren yang berlaku. Impulsive buying didukung dengan adanya teknologi yaitu *electronic money*. *Electronic money* sendiri memiliki dampak positif, terutama di bidang ekonomi, karena dapat mempengaruhi produktivitas dan kreativitas para pelaku ekonomi di Indonesia, sehingga memungkinkan barang yang dihasilkan dapat bersaing satu sama lain. Seperti yang diketahui, konsumen sering menggunakan uang elektronik dan sering kali memiliki akses yang tidak terbatas ke layanan yang mereka inginkan. Uang elektronik ini merupakan

produk Prabayar atau produk dengan nilai tersimpan yang dikaitkan dengan individu tertentu dan terdiri dari sejumlah uang yang telah ditentukan yang disimpan dalam media elektronik.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dan Djabar (2002) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli produk tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan dengan alasan yang tidak rasional. Tindakan membeli barang yang berlebihan atau tidak diperlukan dikenal sebagai perilaku konsumtif. Dengan demikian, dalam melakukan pembelian, orang lebih berfokus pada unsur keinginan daripada aspek kebutuhan. Tanda-tanda perilaku konsumtif, yakni:

1. Karena kemasan menarik.
2. Karena gengsi.
3. Karena hadiah.
4. Karena pertimbangan harga, bukan dari manfaat.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Remund dalam Arianti (2021), penilaian terhadap pengetahuan seseorang mengenai konsep-konsep keuangan yang penting, kecakapan dalam mengelola uang pribadi, tingkat kenyamanan dalam perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang, serta kesadaran akan pergeseran keadaan pasar. Metrik Literasi Keuangan meliputi:

1. Sosiodemographi, ada perbedaan paham antara pria dan wanita.
2. Latar belakang keluarga
3. Kelompok pertemenanan

Gaya Hidup

Kotler (2002, hlm. 192) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang yang diekspresikan melalui minat, aktivitas, dan opininya. Dengan kata lain, kegiatan rutin seseorang, pemikiran tentang dunia di sekitarnya dan seberapa besar kepeduliannya terhadapnya, serta pemikiran tentang diri sendiri dan dunia luar secara umum mengungkapkan gaya hidupnya. gaya hidup memiliki indikator yakni:

1. Kegiatan
2. Ketertarikan
3. Opini

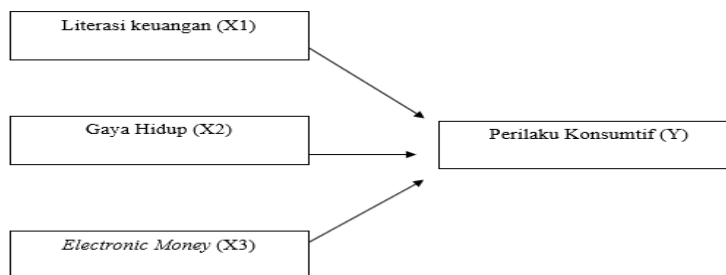
Electronic Money

Dana untuk *e-money*, sebuah sistem pembayaran canggih tanpa bentuk, berasal dari uang yang pertama kali ditempatkan pada dealer. Uang tersebut kemudian diproses dan disimpan dalam mediasi elektronik dalam bentuk aplikasi atau kartu, yang dapat digunakan sebagai pembayaran elektronik deposito. Namun, setiap kali menyimpan menggunakan uang elektronik untuk menyelesaikan transaksi, nilainya akan berkurang (Han & Vanomy, 2022). Indikator *E-Money* yakni:

1. Manfaat dan keuntungan
2. Kemudahan dalam penggunaan
3. Kepercayaan

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Model Penelitian



H1: Literasi Keuangan adanya pengaruh positif signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang angkatan 2020- 2022.

H2: Gaya Hidup adanya pengaruh positif signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang angkatan 2020-2022.

H3: *E-Money* adanya pengaruh positif signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Islam Malang angkatan 2020-2022.

Metode Penelitian

Jenis, lokasi dan waktu penelitian

Teknik kuantitatif sebagai metodologinya, dengan menjelaskan antar 2 variabel bahkan lebih hubungan sebab akibatnya, yakni variabel independen terhadap variabel dependen dan digolongkan sebagai penelitian eksplanatori berdasarkan ciri-cirinya (Sugiyono, 2019). Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Dilakukan pada bulan November 2023 dan berlanjut hingga selesai.

Populasi dan Sampel

Populasi yakni mahasiswa aktif angkatan 2020-2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Islam Malang yang pernah menggunakan *electronic money* berupa shopeepay, ovo, dana dll. Strategi sampel penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan pendekatan non-probability sampling, serta rumus Slovin, dengan 100 responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X.1.1	0.841	0.1966	VALID
	X.1.2	0.804	0.1966	VALID
	X.1.3	0.837	0.1966	VALID
Gaya Hidup (X2)	X.2.1	0.824	0.1966	VALID
	X.2.2	0.831	0.1966	VALID
	X.2.3	0.743	0.1966	VALID
Electronic Money (X3)	X.3.1	0.874	0.1966	VALID
	X.3.2	0.888	0.1966	VALID
	X.3.3	0.883	0.1966	VALID
Perilaku Konsumen (Y)	Y.1	0.827	0.1966	VALID
	Y.2	0.798	0.1966	VALID
	Y.3	0.840	0.1966	VALID
	Y.4	0.875	0.1966	VALID

Sumber: data diolah, Maret 2024

Data dari tabel sebelumnya digunakan untuk membandingkan koefisien korelasi (r -hitung) dari tiap pernyataan dengan r tabel. Proposisi dianggap asli bila r -hitung $>$ r -tabel pada tingkat sig 5%. Ketika $n = 100$ dimasukkan ke dalam tabel r , nilai sampel $(n-2) = 100-2 = 98$ adalah 0,1966. Dapat disimpulkan dari hasil pengujian tersebut bahwa kuesioner yang diperoleh valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

UJI REABILITAS			
Variabel	Koefisien Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.767	0.6	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.712	0.6	Reliabel
Electronic Money (X3)	0.853	0.6	Reliabel
Perilaku Konsumen (Y)	0.853	0.6	Reliabel

Sumber: data diolah, Maret 2024

Variabel yang dipakai memiliki nilai koefisien Cronbach's alpha $>$ 0.6 untuk semua variabel yang ditunjukkan pada tabel di atas: 0.767 untuk Literasi Keuangan, 0.712 untuk Gaya Hidup, 0.853 untuk Uang Elektronik, dan 0.853 untuk Perilaku Konsumtif yang pada akhirnya menentukan instrumen pernyataan dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61008082
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.068
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah, Maret 2024

Dapat disimpulkan bahwa seluruh data *e-money*, gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif terdistribusi secara normal berdasarkan output di atas, yang menunjukkan bahwa uji Kolmogorov-Smirnov (Asymp.sig (2-tailed)) menghasilkan nilai Sig. sebesar 0,114 $>$ 0,05 untuk variabel tersebut.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0.422	2.367	Bebas Multikolinieritas
X2	0.483	2.069	Bebas Multikolinieritas
X3	0.419	2.389	Bebas Multikolinieritas

Sumber: data diolah Maret, 2024

Variabel Literasi Keuangan (X1) diuji multikolinearitasnya, dan hasilnya menunjukkan bahwa VIF sebesar 2,367 dan nilai tolerance sebesar 0,422. Nilai tolerance dan VIF untuk variabel Gaya

Hidup (X2) masing-masing sebesar 0,483 dan 2,069. Dengan nilai tolerance 0,419 dan VIF 2,389, variabel *e-money* (X3) dievaluasi. Berdasarkan hasil temuan uji model regresi dalam memiliki nilai $VIF < 10$ atau tolerance $> 0,10$, maka multikolinearitas tidak terjadi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	A	Keterangan
X1	0.303	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedstisitas
X2	0.213	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedstisitas
X3	0.841	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedstisitas

Sumber: data diolah Maret, 2024

Berdasarkan hasil temuan uji Glejser, diperoleh bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai sig $> 0,05$. Pada variabel Literasi Keuangan memiliki nilai sig 0,303. Variabel Gaya Hidup memiliki nilai sig 0,303. Gaya Hidup memiliki nilai sig sebesar 0,213. E-money memiliki nilai sig sebesar 0,841. Semua variabel penelitian dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika nilai sig lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan demikian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.343	1.055		1.273	0.206
	X1	0.269	0.121	0.185	2.221	0.029
	X2	0.403	0.108	0.289	3.714	0
	X3	0.606	0.108	0.471	5.621	0

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah Maret, 2024

Hasil dari persamaan regresi linier berganda dijelaskan yakni:

1. Angka konstanta sebesar 1,343 menunjukkan bahwa jika nilai Gaya Hidup (X2), *e-money* (X3), dan Literasi Keuangan (X1) tetap, maka nilai Perilaku Konsumtif akan bernilai positif.
2. Perilaku Konsumtif akan naik jika Literasi Keuangan naik sedangkan faktor lainnya tetap, sesuai dengan koefisien regresi $X1 = 0,269$.
3. Perilaku Konsumtif akan naik jika Gaya Hidup naik sedangkan faktor lain tetap, sesuai dengan koefisien regresi $X2 = 0,403$.
4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,606 menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif akan naik jika *e-money* naik sedangkan faktor lain tetap.

Uji F

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	653.946	3	217.982	81.538	.000 ^b
	Residual	256.644	96	2.673		
	Total	910.59	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : data diolah Maret, 2024

Tingkat sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F sebesar 81.538 ditunjukkan pada temuan uji F. Karena variabel dependen, perilaku konsumtif, dipengaruhi secara signifikan oleh tiga variabel independen: literasi keuangan, gaya hidup, dan *e-money*.

Uji T

Tabel 8. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.343	1.055		1.273	0.206
	X1	0.269	0.121	0.185	2.221	0.029
	X2	0.403	0.108	0.289	3.714	0.000
	X3	0.606	0.108	0.471	5.621	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah Maret, 2024

Berikut ini adalah interpretasi dari hasil uji t:

1. Nilai sig Literasi Keuangan (X1) < 0,05, yakni 0,029. Dengan demikian, terdapat hubungan yang nyata antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa H0 ditolak dan H1-literasi keuangan-memiliki dampak besar pada perilaku kognitif.
2. Gaya hidup (X2) memiliki nilai sig sebesar 0.000, atau kurang dari 0.05, ditemukan. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Secara ringkas, dapat dikatakan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima karena gaya hidup memiliki dampak yang besar terhadap perilaku konsumtif.
3. Nilai 0.000 atau lebih kecil dari nilai sig *e-money* (X3). Dengan kata lain, *e-money* memiliki dampak yang besar terhadap perilaku konsumtif. Kesimpulannya adalah H0 ditolak dan H3 diterima, menunjukkan bahwa uang elektronik berdampak besar terhadap perilaku konsumen.

Koefisien Determinasi (Adjust R²)

Tabel 9. Koefisien Determinasi (Adjust R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.718	.709	1.63504

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: data diolah Maret, 2024

Tabel di atas dijelaskan, nilai total adalah 0,709, yang menunjukkan bahwa variabel dependen, perilaku konsumtif, secara simultan dipengaruhi oleh semua faktor independen (gaya hidup, *e-money*, dan literasi keuangan) sebesar 70,9%. Namun, adanya faktor lain yang mempengaruhi sebesar 29,1%.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil temuan pengujian, mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan. Penelitian ini mendukung temuan penelitian lain (Wahyuni et al., 2019, Indiani et al., 2022, Sudiro et al., 2022, Krismayanti et al., 2023) literasi keuangan secara signifikan dan positif mempengaruhi perilaku konsumen.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Temuan pengujian, mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang secara signifikan dipengaruhi oleh gaya hidupnya. Secara empiris dapat diketahui bahwa penelitian sejalan dengan (Wahyuni et al., 2019; Sudiro et al., 2022; Krismayanti et al., 2023; Haq et al., 2023) menyatakan gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh *Electronic Money* terhadap Perilaku Konsumtif

Temuan pengujian menunjukkan bahwa *e-money* secara signifikan meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa. Secara empiris dapat diketahui bahwa penelitian ini sejalan dengan (Sudiro et al., 2022; Indiani et al., 2022, Haq et al., 2023) menyatakan bahwa *electronic money* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, electronic money mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, kelompok pertemanan mahasiswa juga mempengaruhi perilaku konsumtif. hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Malang program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selain itu, mahasiswa lebih memilih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan, memiliki pengetahuan keuangan yang baik, tetapi gengsi membuat mereka memprioritaskan keinginan dibandingkan kebutuhan.

Keterbatasan

Keterbatasan ini meliputi:

1. Keterbatasan responden, karena hanya menggunakan satu program studi.
2. Dalam proses pengambilan data, terkadang responden tidak mengisi dengan yang sebenarnya.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa faktor literasi keuangan, gaya hidup serta *electronic money* pada perilaku konsumtif.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas di atas, masih terdapat banyak kekurangan, yang berarti masih banyak pekerjaan yang harus dilakukan di bidang ini. Di antara saran-saran yang dapat diberikan yakni:

1. Bagi mahasiswa, dapat mempelajari lebih memperhatikan akan hal kebutuhan dan keinginan dan faktor perilaku konsumtif lainnya.
2. Untuk mendapatkan temuan studi alternatif, peneliti selanjutnya dapat melakukan studi yang berhubungan dengan perilaku konsumtif dengan menggunakan karakteristik selain literasi keuangan, gaya hidup, dan *e-money*.

Referensi

- Adiputra, I. M. P. (2017). *Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif*. 32, 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i2.4570>
- Baiq Fitri Arianti, & Khoirunnisa Azzahra. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2), 156–171. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>
- Baptista, S. M. J. (2021). The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior (Study Case Working-Age of Semarang). *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 93–98. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i1.31407>
- Cahyasari., E. (2019). Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *Jurnal UKSW*, 1(2), 6.
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang 2013
- Elsa Cahya Sari, B. I. (2019). Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *JurnalEcodunamika*. Dipetik november 16, 2023, dari <https://ejournal.uksw.edu/ecodunamika/article/view/2572>
- Feby Krismayanti, M. Ichwan Hamzah, B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan

- Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif(Studi Kasus Di Smk Jakarta 1). 1, 1–23.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Grace Sriati Mengga, M. B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, *E-Money*, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi (Jrea)*, 45.
- Han, D., & Vanomy, A. E. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang yang Mempengaruhi Intensi Implementasi *E-Money* dalam Transaksi Usaha pada Pedagang Asongan untuk Meningkatkan *Cashlessociety* di Batam. *Profit : Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 158–173.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* 16 Edition. New Jersey: Pearson.
- Kumalasari, K., & Soesilo, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper (SCA 8)*, 8 (1)
- Mukmin Pohan, M. E. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Owner: riset dan jurnal akuntansi*, 1499. [doi:https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777](https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777)
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777>
- Ramadhani, R. H. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Sarwono, Jonathan. (2018). *Statistik untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Setiawan, P. A. A., & Suarmanayasa, I. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Gerokgak pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 12(2), 501–508.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). In *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* (Vol. 7, hal. 1–6).
- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Ipb) the Influencing Factors of E-Money Utilization By Millenial Generation of Ipb'S Undergraduate Student. *e-Proceeding of Management*, 5(3), 3104–3011.
- Syahputra, E. (2023). *Tingkatkan Literasi, OJK Gelar Edukasi Keuangan*. march. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230306194933-4419366/tingkatkan-literasi-ojk-gelar-edukasi-keuangan>

Handini Nur Chameli Atuz Zahro *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Ronny Malavia Mardani**) Adalah dosen Tetap FEB Unisma

Sulton Sholehuddin ***) Adalah dosen Tetap FEB Unisma