

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KONTROL DIRI, DAN KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNAAN APLIKASI *ONLINE FOOD DELIVERY* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Yulita¹, Ati Sumiati², Sri Zulaihati³
¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
Email: yulitayulita25@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of financial literacy, self-control, and conformity partially or simultaneously on consumptive behavior using online food delivery applications in students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The method used in this study is a quantitative method. The population of this study was 617 students with 237 students who were used as research samples using simple random sampling technique. To obtain research data used primary data in the form of a questionnaire. The results showed that partially the financial literacy variable had a significant negative effect on consumptive behavior. The self-control variable also has a negative and significant influence on consumptive behavior. While the conformity variable has a positive and significant influence on consumptive behavior. Simultaneously the variables of financial literacy, self-control, and conformity have an influence on the consumptive behavior of using online food delivery applications in students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. The test results of the coefficient of determination of 44.7%, while the rest is influenced by other factors outside the study. The conclusion that can be drawn from this research is that there is an influence between Financial Literacy, Self-Control, and Conformity on Consumptive Behavior using online food delivery applications in students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

Keywords: *Consumptive Behavior, Financial Literacy, Self Control, and Conformity*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini sebanyak 617 mahasiswa dengan 237 mahasiswa yang dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk memperoleh data penelitian digunakan data primer yaitu berupa kuesioner/ angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel kontrol diri juga memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan variabel konformitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hasil pengujian dari koefisien determinasi sebesar 44,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian. kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas

PENDAHULUAN

Modernitas teknologi memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya secara instan, salah satunya bertransaksi atau berbelanja secara daring/*online*. Secara sederhana kebiasaan masyarakat berbelanja secara konvensional atau bertatap muka kini digantikan dengan menggunakan media internet. Apalagi, semenjak terjadinya wabah Covid-19 masyarakat lebih memilih untuk belanja secara daring /*online*. Berbelanja secara daring merupakan solusi bagi masyarakat untuk meminimalisir risiko penularan Covid-19. Ditambah dengan himbauan pemerintah untuk tetap di rumah membuat masyarakat lebih menggunakan media *online* dalam berbelanja.

Menurut (Forsythe, Liu, Shannon, & Gardner, 2007) mengatakan perilaku berbelanja secara daring (*online*) dikarenakan tiga hal, yaitu : 1) *Visiting (Search)*, dimana pertama kali konsumen akan mengunjungi situs maupun aplikasi *e-commerce* sesuai dengan kebutuhan barang yang diinginkan. 2) *Purchasing/* Pembelian, setelah menemukan produk yang diinginkan, konsumen akan melakukan pembelian serta pembayaran barang atau jasa tersebut. 3) *Multi-channel shopping*, konsumen tidak hanya dapat berbelanja secara daring melalui website saja melainkan banyak aplikasi *e-commerce* yang kini mendukung dalam berbelanja online.

Dalam survei sosial demografi akibat Covid-19 yang dilakukan oleh BPS tahun 2020 menunjukkan sebanyak 31% responden menghadapi kenaikan kegiatan belanja secara daring selama pandemi Covid-19 54 dari 100 responden generasi milenial yang berbelanja secara daring merupakan wanita (Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2020). Bersumber pada survei tersebut belanja makanan baik bahan mentah maupun makanan siap konsumsi menunjukkan angka paling besar ialah 51%. Sedangkan dalam survei statistik *e-commerce* tahun 2020 menyimpulkan makanan, minuman dan bahan makanan merupakan salah satu kelompok barang terbanyak yang terjual melalui *e-commerce* (Statistika, 2021).

Belanja makanan menggunakan media digital saat ini digunakan masyarakat selama pandemi Covid-19. Sudah banyak aplikasi digital yang memberikan layanan pesan antar makanan seperti *GoFood*, *Grab Food*, *Shopee Food*, dan *Kulina*. Dengan munculnya *online food delivery* telah mengubah cara konsumen dan pemasok makanan berinteraksi dan memberikan dampak yang berkelanjutan di seluruh dunia (Li, Miroso, & Bremer, 2020). Keuntungan dari *online food delivery* ini yakni memberikan fasilitas akses konsumen terhadap makanan siap saji serta memungkinkan penyedia makanan untuk tetap beroperasi selama wabah global Covid-19.

Segala kemudahan teknologi saat ini mendorong masyarakat lebih berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk memuaskan keinginan secara berlebihan dan mengarah pada pemborosan dan efektivitas biaya

(Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny, & Herlina, 2017). Perilaku konsumtif terjadi juga pada kalangan mahasiswa tidak hanya dikalangan orang yang sudah bekerja. Mahasiswa saat ini cenderung mengikuti gaya hidup yang *up to date*.

Para remaja rela mengeluarkan uang bukan karena untuk memenuhi kebutuhannya, melainkan menurut keinginan. Masyarakat tidak lepas dari pengaruh konsumsi tersebut, maka tidak heran jika remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan (Hayati, Yusuf, & Asnah, 2020). Remaja termasuk kelompok yang mudah terpengaruh oleh iklan, teman sebaya, dan memiliki rasa keingintahuan yang tinggi untuk mencari sesuatu yang baru. Generasi milenial dianggap sebagai generasi yang kreatif, namun karena adanya faktor oleh budaya digital dan penggunaan internet masyarakat Indonesia mereka dinilai sangat konsumtif (Rosita, 2020).

Kurangnya pengetahuan akan literasi keuangan pada remaja merupakan salah satu faktor pendukung terjadi perilaku konsumtif pada remaja, sehingga mereka kurang memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya keuangannya secara efektif. Generasi milenial yang terbiasa dengan konsumerisme dan hedonisme harus memiliki literasi keuangan yang cukup sehingga dapat menentukan tujuan keuangan yang akan dicapai (Ningtyas, 2019). Tujuan utama dari pengetahuan akan literasi keuangan adalah mempersiapkan para pelajar dengan keterampilan dan pengetahuan keuangan agar mampu memperhitungkan secara efisien dalam menghadapi masalah ekonomi sehari-hari (Arianto & Sojanah, 2019).

Kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi menjadi semakin penting di dunia saat ini (Chen & Volpe, 1998). Literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh individu semakin besar dan dapat meningkatkan taraf kehidupannya (Yushita, 2017). Pendidikan keuangan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat utamanya remaja agar dapat mengelola keuangannya dengan baik (Sari, 2018).

Selain literasi keuangan yang merupakan sub faktor psikologis dalam perilaku konsumen, terdapat sub faktor pribadi yaitu pengendalian diri (Dewi, Rusdarti, & Sunarto, 2017). Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah mengakibatkan kurang mampu mengontrol diri sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Adapun pengaruh lain yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan seperti masalah pengendalian diri, keluarga, teman sebaya, ekonomi, masyarakat dan lembaga (Huston, 2010). Pengendalian diri berkorelasi dengan bagaimana seseorang mengelola emosi dan motivasi dalam dirinya (Halimatussakdiyah, Martono, & Sudarma, 2019).

Tinggi rendahnya perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri (Mutrofin, 2018). Individu dengan pengendalian diri yang baik menderita kecemasan lebih sedikit terkait masalah keuangan dan lebih aman serta percaya diri dalam situasi keuangan mereka saat ini dan masa depan (Strömbäck, Lind, Skagerlund, Västfjäll, & Tinghög, 2017). Kontrol diri juga merupakan kemampuan individu dalam membaca situasi diri dan lingkungan (Nisa & Arief, 2019), dimana mereka dapat membatasi diri

terhadap perhatian lain untuk berperilaku negatif. Untuk dapat mengendalikan diri, individu harus memiliki perencanaan sebelum bertindak.

Selain faktor internal seperti literasi keuangan dan kontrol diri yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, terdapat faktor eksternal lain yaitu konformitas. Suatu pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh masyarakat dalam berperilaku konsumtif disebut sebagai konsumsi konformitas (Kang, Cui, & Son, 2019). Remaja akan dipengaruhi oleh kelompok sebayanya sehingga menjadi konform dengan kelompoknya (Romadloniyah & Setiaji, 2020). Remaja cenderung menyamakan perilakunya dengan kelompoknya untuk menghindari celaan ataupun keterasingan. Pada akhirnya, mereka akan berusaha untuk dapat tampil agar diterima dengan kelompoknya. Perubahan perilaku yang diakibatkan oleh lingkungan kelompok teman sebaya inilah yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif para remaja. Dimana mereka akan cenderung mengikuti pola perilaku konsumtif yang dimiliki oleh kelompoknya.

Fenomena ini marak terjadi di ibu kota Jakarta. Bukan hal yang umum lagi, bahwa kota Jakarta merupakan kota metropolitan dimana banyaknya pusat perbelanjaan seperti *mall*, *outlet*, *restaurant*, ataupun *cafe*. Terlebih dengan bertumbuhnya bisnis-bisnis kuliner di Jakarta menciptakan banyak rumah makan, tempat jajanan kecil, maupun *cafe* yang dapat diperoleh dengan harga terjangkau oleh kaum pelajar ditambah dengan adanya promo-promo yang ditawarkan melalui aplikasi layanan pesan-antar makanan. Sehingga, walaupun pada masa pandemi Covid-19 seperti ini membuat para remaja atau mahasiswa dapat dengan mudah mengakses dan memesan makanan melalui aplikasi layanan pesan-antar makanan atau dikenal dengan *online food delivery* sambil melakukan Pembelajaran Jarak Jauh dari rumah.

Generasi milenial sangat menyukai hal yang instan. Dengan aplikasi layanan pesan-antar, individu tidak perlu lagi kesulitan untuk membeli bahan makanan dan mengolahnya menjadi makanan yang dapat dikonsumsi. Mereka dapat memilih makanan pertama kali dengan memilih restoran terdekat, harga termurah, dan menu yang diinginkan melalui sebuah aplikasi. Pembayaran dapat dilakukan baik secara *online* maupun *offline*. Mahasiswa akan lebih konsumtif jika tidak dapat mengendalikan diri dengan adanya penerapan manajemen keuangan dan penilaian biaya keuangan (Halimatussakdiyah et al., 2019). Konformitas perlu diperhatikan agar perilaku konsumtif tidak semakin tinggi (Romadloniyah & Setiaji, 2020).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebagai subjek penelitian ada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018. Latar belakang pemilihan sampel ini adalah bahwa saat ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang menempuh masa studi semester enam, dimana mereka memiliki latar belakang ekonomi dan telah memperoleh beberapa mata kuliah terkait pengelolaan keuangan atau manajemen keuangan,

kewirausahaan, persamaan akuntansi, dan sebagainya yang kemungkinan memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa latar belakang non ekonomi.

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sudah dilakukan. Dalam penelitian (Mawo, Thomas, & Sunarto, 2017), (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019), dan (Kusairi, Sanusi, Muhamad, Shukri, & Zamri, 2020) variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan terdapat pengaruh negatif. Sedangkan dalam penelitian (Indarti & Canda Sakti, 2017) literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Variabel kontrol diri pada penelitian (Dikria & W., 2016) menunjukkan pengaruh negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan dalam penelitian (Fattah, Indriayu, & Sunarto, 2018), kontrol diri menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dan pada penelitian (Salsabila & Nio, 2019) variabel kontrol diri tidak menunjukkan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suminar & Meiyuntari, 2015) konformitas tidak memiliki hubungan dengan tingkat perilaku konsumtif, sedangkan menurut penelitian (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) menunjukkan hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan literasi keuangan dan kontrol diri sudah banyak dilakukan, tetapi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif masih belum menunjukkan ketidakkonsistenan. Oleh karena itu mendorong dilakukannya penelitian ini dengan beberapa pengembangan dan menambahkan variabel bebas yaitu konformitas serta meneliti lebih lanjut menggunakan variabel literasi keuangan dan kontrol diri dan ditinjau dari perspektif mahasiswa.

Sehingga, berdasarkan uraian tersebut penelitian ini menetapkan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi *Online Food Delivery* Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”**. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kaitan literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dalam menggunakan aplikasi *Online Food Delivery*.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku membeli barang tanpa mempertimbangkan secara rasional disebut perilaku konsumtif (Sumartono, 2002, p. 119). Perilaku konsumtif disebut perilaku menyalakan dan berlebihan perilaku ini mengutamakan keinginan sehingga menjadi gaya hidup yang berlebihan (Tripambudi & Indrawati, 2018). Kemudian (Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, & Leliya, 2020, p. 10) juga menyebutkan perilaku konsumtif sebagai suatu kecenderungan membeli sesuatu yang berlebihan tanpa terencana terlebih dahulu. Masyarakat yang hanya mengutamakan kesenangan daripada keperluan sehingga menjadi kebiasaan untuk melakukan konsumsi yang melampaui batas tanpa adanya perhitungan disebut juga sebagai perilaku konsumtif (Abadi, Utomo, & Yusdita, 2020). Sehingga perilaku konsumtif dapat

disimpulkan yaitu perilaku atau kebiasaan yang dilakukan dengan membeli barang dan atau jasa secara berlebihan bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan hanya untuk memuaskan keinginan semata.

a. Faktor Perilaku Konsumtif

Terdapat enam faktor yang menyebabkan terjadinya konformitas (Myers, 2010, pp. 211–214), yaitu:

1. Media. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi pada anak muda masa kini mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi, seperti melalui media seperti televisi dan internet seseorang dapat berbelanja dan juga berbisnis secara luas dan tanpa batas.
2. Orang tua. Sikap dan mental orang tua dalam mendidik anak menjadi faktor penting yang menentukan anak berperilaku konsumtif, ketika orang tua mengutamakan berpenampilan konsumtif maka anak akan cenderung mengikuti pola hidup orang tuanya.
3. Masyarakat. Budaya tidak mau ketinggalan dari orang lain di dalam masyarakat akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.
4. Teman sebaya. Pemilihan teman juga menjadi faktor anak dalam berperilaku konsumtif. Pengaruh teman sebaya akan mengubah sikap dan tingkah laku seseorang agar mereka dapat diterima dalam kelompok.
5. Agama. Pondasi agama yang kuat akan membentuk seseorang untuk selalu bersyukur sehingga tidak akan merasa kekurangan dari yang dimilikinya.
6. Pergaulan. Lingkungan pergaulan anak khususnya remaja mempengaruhi perilaku mereka dalam mengkonsumsi, oleh karena itu pemilihan lingkungan pergaulan juga harus diperhatikan.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diukur menggunakan delapan indikator yaitu; Membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) (Sumartono, 2002, p. 119)

Dari teori di atas perilaku konsumtif dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut; membeli produk berdasarkan iming-iming hadiah, membeli produk karena memiliki kemasan yang menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan diri, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga, membeli produk untuk menjaga simbol status,

menggunakan produk karena unsur konformitas model yang mengiklankan, memiliki penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda.

2. Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan ialah suatu pengetahuan, keahlian, serta keyakinan yangengaruhi perilaku serta sikap untuk meningkatkan mutu pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan demi mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017, p. 77). Literasi keuangan juga merupakan suatu rangkaian proses atau aktivitas meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), serta kepercayaan (*confidence*), konsumen ataupun masyarakat agar sanggup mengelola keuangan individu menjadi lebih baik (Apriliani, 2017, p. 1). Sedangkan (Riyadi & Pritami, 2018, p. 89) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan pengelolaan keuangan untuk mencapai tingkat kemakmuran dan kesejahteraan.

Literasi keuangan ialah kebutuhan dasar untuk tiap orang (Yushita, 2017, p. 13). Sehingga dapat disimpulkan literasi keuangan ialah suatu aktivitas kebutuhan dasar untuk meningkatkan pengetahuan, keahlian, serta keyakinan dalam mengelola keuangan demi mencapai kemakmuran dan kesejahteraan.

a. Faktor Literasi Keuangan

Banyak studi yang telah melakukan penelitian atau mengkaji faktor apa saja yang mempengaruhi literasi keuangan. Tetapi secara umum, seperti dalam beberapa studi pada (Taofik, 2015, pp. 14–15) literasi keuangan dipengaruhi oleh faktor demografi yaitu gender, umur, pendidikan, dan pendapatan. Sebagai contoh, hasil studi pada UMKM di kota Tegal (Amaliyah & Witiastuti, 2015, p. 256) menunjukkan bahwa gender atau jenis kelamin dan pendidikan mempengaruhi tingkat literasi keuangan.

b. Indikator Literasi Keuangan

Terdapat empat area yang digunakan sebagai konten literasi keuangan (Huston, 2010, p. 303), yaitu; (1) *Money basic* (dasar-dasar uang), yaitu termasuk pemahaman terhadap nilai waktu uang, daya beli, dan konsep akuntansi keuangan pribadi; (2) *Investing* (investasi), yaitu menabung menggunakan sumber daya saat ini yang akan digunakan dikemudian hari seperti membuka rekening tabungan, membeli saham, obligasi, atau reksa dana; (3) *Protecting resources*, melalui produk asuransi atau manajaman risiko lainnya.

Dari penjelasan yang telah diberikan, dalam penelitian ini literasi keuangan dapat diukur menggunakan *general knowledge* (pengetahuan umum) yaitu pengetahuan umum keuangan, *saving and borrowing* (menabung dan meminjam) dengan sub indikator kemampuan dalam menabung dan meminjam, *insurance* (asuransi) dengan sub indikator pengetahuan umum asuransi dan *investments* (investasi) dengan sub indikator kemampuan dalam berinvestasi.

3. Kontrol Diri

Pengendalian diri dapat dicapai melalui kemauan serta upaya yang sadar untuk menahan segala godaan yang menguasai pengaruh dan emosi (Bermudez, 2018). Sehingga seseorang dapat secara sadar dapat menguasai pengaruh serta emosinya untuk menahan godaan yang ada dengan kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan yang berasal dari dalam diri atau dari luar individu (Thalib, 2010, p. 107). Kontrol diri juga digunakan sebagai pengaruh seseorang dan pengaturannya pada proses psikologis, perilaku, dan fisik (Blankstein & Polivy, 1982)

Seseorang yang dapat mengendalikan dirinya dapat mengatur perilaku, emosi, tindakan serta keinginannya. Menurut Thompson keyakinan individu untuk mencapai hasil yang diinginkan melalui tindakan diri sendiri disebut kontrol diri (Smet, 1994). Kontrol diri juga disebutkan sebagai keahlian seseorang untuk menyusun, membimbing, mengendalikan, serta memusatkan perilaku agar dapat membawa ke arah konsekuensi positif (Ghufron.M & Risnawati, 2012, p. 21).

(Nisa & Arief, 2019) juga mengatakan “*self-control is an individual’s ability in reading self-situations and the environment*”, yang berarti kontrol diri ialah keahlian seseorang dalam membaca suasana diri dan lingkungannya. Jadi dapat disimpulkan kontrol diri merupakan suatu keahlian serta pengaturan seseorang yang berasal dari dalam diri agar dapat menahan segala pengaruh emosi dan godaan.

a. Faktor Kontrol Diri

Kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Ghufron.M & Risnawati, 2012, p. 32). Faktor internal yang disebutkan yaitu berasal dari dalam diri individu. Misalnya, umur memengaruhi individu dalam mengontrol diri. Kemampuan seseorang dalam mengontrol diri akan semakin baik seiring bertambahnya usia.

Sedangkan faktor yang berasal dari luar diri individu disebut faktor eksternal. Sebagai contoh, keluarga memengaruhi anak dalam mengontrol diri. Ketika orang tua menanamkan disiplin sejak dini secara konsisten, maka di kemudian hari kekonsistensian ini akan menjadi kontrol diri bagi anak.

b. Indikator Kontrol diri bagi anak

Terdapat lima indikator kontrol diri yang disebutkan dalam (Smet, 1994, pp. 187–188) yaitu:

1. Kontrol perilaku (*behavioral control*), yaitu kemampuan untuk mengurangi dampak stressor dengan mengambil tindakan yang konkrit.
2. Kontrol informasi (*informational control*), bertujuan untuk mempersiapkan diri seseorang dengan apa yang akan terjadi sehingga dapat mengurangi rasa takut maupun stress.

3. Kontrol kognitif (*cognitive control*), yaitu proses pemikiran untuk mengubah pengaruh stressor.
4. Kontrol putusan (*decision control*), yaitu kesempatan memilih diantara prosedur alternatif dan lainnya.
5. Kontrol retrospektif (*retrospective control*), yaitu pengendalian terhadap pengalaman masa lalu dengan keyakinan terhadap penyebab permasalahan tersebut.

Melalui indikator kontrol diri menurut para ahli yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan untuk mengukur kontrol diri, penelitian ini menggunakan indikator kontrol perilaku dengan sub indikator kemampuan dalam membuat perencanaan dan pertimbangan/peraturan untuk diri sendiri, kontrol kognitif dengan sub indikator kemampuan dalam mencari dan mengolah informasi, dan kontrol keputusan dengan sub indikator kemampuan untuk memilih dan berkomitmen atas hasil yang disetujui

4. Konformitas

Dalam (Baron & Branscombe, 2012, p. 254) menyebutkan “*conformity is a type of social influence when individuals change their behavior to follow the existing social norms*”. Konformitas merupakan jenis pengaruh sosial ketika individu mengubah perilakunya untuk mengikuti norma sosial yang ada. Pengaruh sosial ini dapat mengubah perilaku, sikap, atau perasaan orang lain.

Hal ini sejalan dengan (Myers, 2010, p. 192) yang berpendapat “*conformity is a change in behavior or belief as the result of real or imagined group pressure*”. Konformitas merupakan perubahan perilaku atau keyakinan sebagai akibat dari tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Individu akan lebih memilih mengikuti kemauan atau pendapat teman kelompoknya dan mengesampingkan pendapat pribadinya walaupun individu tersebut belum tentu setuju dengan pendapat kelompoknya. Hal ini dilakukan supaya individu dapat diterima dalam kelompoknya dan menghindari terjadinya suatu penolakan dalam kelompok.

Konformitas menurut Brehm dan Kassin konformitas didefinisikan sebagai penyesuaian seseorang terhadap norma-norma kelompok dengan mengubah persepsi, opini, dan perilaku mereka (Suryanto, Putra, Herdiana, & Alvian, 2012). Sehingga, dapat disimpulkan konformitas merupakan perubahan perilaku individu akibat pengaruh sosial atau tekanan kelompok dengan menyesuaikan norma-norma dalam kelompok agar individu dapat diterima di dalam kelompok.

a. Faktor yang mempengaruhi Konformitas

Terdapat enam faktor yang menyebabkan terjadinya konformitas (Myers, 2010, pp. 211–214), yaitu:

1. *Unanimity* (Keseragaman Kelompok). Individu yang berada dalam kelompok mayoritas akan cenderung menyesuaikan dirinya dalam kelompok mayoritas tersebut. Individu yang minoritas akan sulit mengajukan pendapatnya untuk melawan kelompok.
2. *Prior Commitment* (Komitmen Sebelumnya). Ketika individu sudah berkomitmen pada suatu posisi, individu tersebut jarang menyerah pada tekanan sosial. Komitmen yang telah

dibuat sebelumnya juga menahan ajakan atau persuasi lainnya. Dengan kata lain, individu yang sudah membuat komitmen sebelumnya akan lebih sulit terpengaruh dengan orang lain dibandingkan individu yang belum membuat komitmen akan lebih mudah terpengaruh.

3. *Status* (Status). Semakin tinggi status atau kedudukan seseorang maka pengaruhnya akan semakin besar di dalam kelompok. Suatu studi menyatakan orang dengan status lebih rendah akan menerima perintah lebih mudah daripada orang dengan status lebih tinggi.
 4. *Public Response* (Respon Publik). Seorang akan menyesuaikan diri atau konform ketika mereka akan berhadapan dengan orang lain. Dengan kata lain, akan lebih mudah menyampaikan pendapat dengan menulis dalam selembar kertas daripada menyampaikan pendapat langsung dalam kelompok. Hal ini dikarenakan individu tidak akan terpengaruh dengan kelompok yang memiliki perbedaan pendapat.
 5. *Cohesion* (Kepaduan Kelompok). *Cohesion* atau kepaduan dalam kelompok merupakan sebuah perasaan dimana anggota kelompok memiliki keterikatan dan ketertarikan satu sama lain. Semakin erat hubungan dengan anggotanya maka akan semakin kuat pula hubungan antara anggotanya. Individu akan membiarkan orang lain mempengaruhinya, karena individu tidak ingin ditolak dengan orang yang disukainya.
 6. *Group Size* (Ukuran Kelompok). Jumlah anggota dalam suatu kelompok mempengaruhi konformitas seseorang. Pengaruh dalam kelompok akan semakin besar jika anggota kelompok semakin banyak. Oleh karena itu besarnya suatu kelompok akan mempengaruhi tingkat konformitas.
- b. Indikator Konformitas

Menurut (Baron & Branscombe, 2012, pp. 262–263) terdapat dua aspek dalam konformitas, yaitu

1. Pengaruh sosial normatif, merupakan keinginan seseorang untuk disukai di dalam kelompok. Misalnya dengan tampil semirip mungkin dengan kelompok. Dengan kata lain, pengaruh sosial normatif sebagai upaya untuk menyesuaikan diri individu agar sesuai yang diharapkan oleh kelompok.
2. Pengaruh sosial informasional, merupakan suatu keinginan agar menjadi benar. Pengaruh sosial informasional berdasarkan pada individu yang melibatkan dunia sosial dan bergantung kepada orang lain sebagai sumber informasi.

Sehingga, dapat disimpulkan dalam penelitian ini konformitas diukur menggunakan indikator yaitu; 1) Pengaruh sosial normatif yang merupakan keinginan individu untuk dapat diterima dalam kelompok, 2) Pengaruh sosial informasional merupakan suatu hasil dari penerimaan yang melibatkan orang lain.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, formal, dan spesifik, serta mempunyai rancangan operasional yang mendetail (Muri, 2014). Sehingga, untuk mendapatkan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku serta terdapatnya hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan metode survey (Sugiyono, 2020, p. 57). Peneliti memperoleh data menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner/ angket.

Pemilihan metode ini sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui dan memperoleh data apakah terdapat pengaruh antara ketiga variabel bebas yaitu literasi keuangan, kontrol diri, konformitas, terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden yang akan diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yang merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti berupa kuesioner/ angket. Untuk memperoleh data, peneliti memberikan kuesioner atau angket yang merupakan seperangkat pernyataan atau pertanyaan secara tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2020, p. 199). Kuesioner/ angket tersebut akan disebarkan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2018 secara daring atau *online* melalui *google form*.

Data yang telah diperoleh dari responden digunakan untuk meneliti keempat variabel dalam penelitian ini yaitu variabel literasi keuangan, kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif.

POPULASI dan SAMPEL

Suatu wilayah generalisasi yang telah ditetapkan untuk diteliti yang memiliki karakteristik dan kualitas pada obyek dan subyeknya disebut populasi (Indra & Cahyaningrum, 2019, p. 46). Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dengan populasi terjangkau yang digunakan yakni Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2018 dengan total 617 mahasiswa. Di bawah ini adalah tabel sebaran populasi mahasiswa yang digunakan di dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Populasi Terjangkau Penelitian

Program Studi/ Konsentrasi	Jenjang	Jumlah siswa
Akuntansi	S1	60
Akuntansi	D3	55
Manajemen	S1	71
Manajemen Pemasaran	D3	56
Pendidikan Administrasi Perkantoran	S1	88
Administrasi Perkantoran	D3	64
Pendidikan Ekonomi Koperasi	S1	90
Pendidikan Akuntansi	S1	46
Pendidikan Bisnis	S1	87
Jumlah		617

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling* digunakan dalam penelitian ini, yaitu mengambil populasi secara acak tanpa melihat strata dalam populasi (Indra & Cahyaningrum, 2019, p. 49). Jumlah sampel ditentukan menggunakan tabel Issac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% (Sugiyono, 2020, pp. 137–139).

Dari jumlah populasi terjangkau 617 mahasiswa dibutuhkan 237 mahasiswa sebagai sampel dalam penelitian ini berdasarkan tabel Issac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 4. 1 Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	77,081	4,046		19,051	,000
	LITERASI KEUANGAN	-,279	,120	-,116	-2,316	,021
	KONTROL DIRI	-,981	,085	-,578	-11,541	,000
	KONFORMITAS	,602	,137	,217	4,385	,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 77,081 - 0,279X_1 - 0,981X_2 + 0,602X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linear di atas, maka dapat disimpulkan jika literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas mempunyai nilai 0, maka nilai perilaku konsumtif sebesar 77,081. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai koefisien regresi (B) pada literasi keuangan sebesar 0.279, yang artinya jika literasi keuangan mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka Perilaku Konsumtif mengalami pengurangan sebesar 0.279 dengan asumsi nilai koefisien kontrol diri dan konformitas tetap.

Koefisien literasi keuangan bernilai negatif, artinya terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif. Dengan kata lain, semakin tinggi Literasi keuangan maka semakin rendah pula Perilaku Konsumtif mahasiswa.

Nilai koefisien Kontrol Diri sebesar 0.981, yang artinya jika kontrol diri mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka perilaku konsumtif mengalami peningkatan sebesar 0.981 dengan asumsi nilai koefisien literasi keuangan dan konformitas tetap. Koefisien kontrol diri bernilai negatif, artinya terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dengan kata lain, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa.

Nilai koefisien konformitas sebesar 0.602, yang artinya jika konformitas mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka perilaku konsumtif mengalami peningkatan sebesar 0.602 dengan asumsi nilai koefisien literasi keuangan dan kontrol diri tetap. Koefisien konformitas bernilai positif, artinya terdapat pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Dengan kata lain, semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa.

a. Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018, pp. 98–99). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficient* pada kolom sig. Dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi 0.05, maka terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Sedangkan, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan signifikansi 0.05, maka tidak terdapat pengaruh yang antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

**Tabel 4. 2 Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	77,081	4,046		19,051	,000
	LITERASI KEUANGAN	-,279	,120	-,116	-2,316	,021
	KONTROL DIRI	-,981	,085	-,578	-11,541	,000
	KONFORMITAS	,602	,137	,217	4,385	,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)

Dari tabel 4.14 di atas, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} literasi keuangan sebesar -2,316 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,651. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya nilai t_{hitung} kontrol diri berdasarkan tabel di atas yaitu sebesar 11,541 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,651. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari

nilai t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol diri mempunyai pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

Kemudian nilai t_{hitung} konformitas berdasarkan tabel tersebut yaitu sebesar 4,385 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,651. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa konformitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Sehingga, di dalam penelitian ini ketiga variabel bebas yang di uji menunjukkan terdapatnya pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Ajat, 2018). Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05, maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05, maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 3 Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio n	9189,104	3	3063,035	62,765	,000 ^b
	Residual	11370,854	233	48,802		
	Total	20559,958	236			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), KONFORMITAS, LITERASI KEUANGAN, KONTROL DIRI

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 62,765. Nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik signifikansi 5% atau 0,05, df_1 (jumlah variabel -1) atau $4-1 = 3$ dan $df_2 = n-k$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel bebas) atau $237-3 = 234$. Sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,643. Berdasarkan tabel 4.21 nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Tabel 4. 4 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,440	6,986

a. Predictors: (Constant), KONFORMITAS, LITERASI KEUANGAN,

KONTROL DIRI

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau R^2 yaitu 0,447. Maka dari itu nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$D = 0,447 \times 100\% = 44,7\%$$

Dari perhitungan tersebut didapatkan angka koefisien determinasi sebesar 44,7%. Sehingga dapat disimpulkan kemampuan Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas untuk menjelaskan Perilaku Konsumtif secara simultan adalah 44,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data, analisis, serta pembahasan mengenai pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif penggunaan aplikasi *online food delivery* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yaitu terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel literasi keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif, terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel kontrol diri terhadap variabel perilaku konsumtif, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel konformitas dengan variabel perilaku konsumtif dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel literasi keuangan, kontrol diri, dan konformitas secara simultan atau bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif.

REFERENCES

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>
- Ajat, R. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif, Quantitative Research Approach (1st ed.)*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Amaliyah, R., & Witiastuti, R. S. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Umkm Kota Tegal. *Management Analysis Journal*, 4(3), 252–257. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8876>
- Apriliani, R. (2017). *LITERASI KEUANGAN*. (K. Abd, Ed.). Yogyakarta: ISTANA MEDIA.
- Arianto, A., & Sojanah, J. (2019). Financial Literacy as an Effort to Improve Parent Role on Children Consumer Behavior, 6(August), 113–119.
- Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2012). *SOCIAL PSYCHOLOGY* (13th ed.). Pearson Education.
- Bermudez, J. L. (2018). *Self-Control, Decision Theory, and Rationality – New Essays*. (J. L. Bermudez, Ed.), *Journal of Economic Methodology* (Vol. 27). CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. <https://doi.org/10.1080/1350178x.2020.1729531>
- Blankstein, K. R., & Polivy, J. (1982). *Self-Control and Self-Modification of Emotional Behavior Advances in the Study of*.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 43(8), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya,

- Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Dikria, O., & W., S. U. M. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 143–155. Retrieved from <http://journal.um.ac.id>
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi (BISE)*, 4(1), 11–21. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/bise>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2007). Development of a Scale to Measure the Perceived Benefits and Risks of Online Shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 21(3), 2–20. <https://doi.org/10.1002/dir>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit- Undip.
- Ghufron.M, & Risnawati, Ri. (2012). *Teori-teori Psikologi*. (K. Rose, Ed.). Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior Through Self Control of Unisnu FEB College Students Jepara. *Journal Of Economic Education*, 8(37), 75–80.
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior, 02(01), 16–24. <https://doi.org/10.24036/005344ijaccs>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Indarti, K., & Canda Sakti, N. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3).
- Indra, M., & Cahyaningrum, I. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Kang, I., Cui, H., & Son, J. (2019). Conformity consumption behavior and FoMO. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174734>
- Kusairi, S., Sanusi, N. A., Muhamad, S., Shukri, M., & Zamri, N. (2020). Linkages of financial efficacy, demographics, risks preference and consumption behavior in Malaysia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 673–685. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.673>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Li, C., Miroso, M., & Bremer, P. (2020). Review of online food delivery platforms and their impacts on sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 12(14), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12145528>
- Mawo, T., Thomas, P., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sman 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 60–65.
- Mufarizaturrizkiyah, Aziz, A., & Leliya. (2020). *E – COMMERCE PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM*. (E. Kurnaesi & M. Rana, Eds.). Cirebon: CV. ELSI PRO.
- Muri, Y. (2014). *METODE PENELITIAN*. KENCANA.
- Mutrofin, L. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri Dan Responden Pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 1.

- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology, (10 Ed.)*. McGraw-Hill (10th ed.). McGraw-Hill. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Ld3gtwEACAAJ&dq=myers+social+psychology&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjMIP6L3LnsAhXhFLcAHU26D5UQ6AEwBXoECAyQAQ>
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Nisa, C. L., & Arief, S. (2019). The Impact of Self-Control , Self-Esteem and Peer Environment on Online Shopping Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Information Systems and Technology 1, 1*(October), 13–20.
- Nisa, C. L., & Arief, S. (2019). The Impact of Self-Control , Self-Esteem and Peer Environment on Online Shopping Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Information Systems and Technology 1, 1*(October), 13–20.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 46. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Riyadi, S., & Pritami, D. (2018). the Impact of Financial Literacy, Consumptive Behavior and M Banking Services on Savings Management. *International Journal of Advanced Research*, 6(10), 88–94. <https://doi.org/10.21474/ijar01/7789>
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Rosita, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 95. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.348>
- Salsabila, R., & Nio, S. R. (2019). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum ubh pengguna shopee, 1–12.
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.
- Smet, B. (1994). *Psikologi kesehatan /Bart Smet*. Jakarta: Grasindo.
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. (Sutopo, Ed.) (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 6(9), 145–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>
- Suryanto, Putra, M. G. B. A., Herdiana, I., & Alvian, I. N. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial* (1st ed.). Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga.
- Taofik, H. (2015). *LITERASI KEUANGAN*. Semarang: STIE Bank DPD Jateng.
- Thalib, S. B. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif. KENCANA PRENAMEDIA GROUP*. Jakarta.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 189–195.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, VI, 11–26.