

The Impact Of Hedonic Lifestyle, Financial Literacy And Social Environment On Students' Consumptive Behaviour

Dampak Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Yoga Ilham Pratama^{1*}, Agus Budi Santoso²

Universitas Stikubank Semarang^{1,2}

Yogailhamp@gmail.com

*Corresponding Author

ABSTRACT

Consumptive behavior is the activity of buying and using goods without rational consideration and prioritizing desires needs. The development of the times and the convenience of technology require students to consume excessively. This research aims determine the influence of a hedonic lifestyle, financial literacy and the social environment on the consumer behavior of students in the city in Semarang. The sampling technique in this research uses quantitative research methods by distribute questionnaires to students in Semarang. The analytical method used is multiple linear regression analysis using SPSSi version 25 software. Results of the research show that a hedonistic lifestyle (X1), financial literacy (X2), and the social environment (X3) have a positive and significant effect on consumer behavior.

Keywords: Hedonic Lifestyle, Financial Literacy, Social Environment, Consumer Behavior.

ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan kegiatan membeli dan menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional dan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perkembangan zaman dan kemudahan teknologi menuntut mahasiswa melakukan konsumsi secara berlebihan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis, literasi keuangan, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa di Semarang. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis (X1), literasi keuangan (X2), dan lingkungan sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci : Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumtif

1. Pendahuluan

Masuknya era globalisasi mulai ditandai dengan berbagai kemajuan pada aspek kehidupan, seperti teknologi membuat semua masyarakat dapat menjangkau informasi yang cepat. Salah satunya dengan adanya media sosial, semua perkembangan informasi yang dengan mudah didapatkan menggunakan teknologi. Kecanggihan teknologi membuat apapun yang diinginkan masyarakat mudah terpenuhi. Salah satunya dengan adanya iklan, masyarakat mudah tertarik dan memiliki keinginan untuk membeli apa yang dipromosikan. Hal ini membuat seakan akan masyarakat harus mengikuti pola hidup yang ada dalam suatu trend yang terjadi. Pola hidup ini biasanya disebut juga dengan gaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonis bisa diartikan dengan pola hidup seseorang yang mengarah terhadap bagaimana orang tersebut bertahan hidup dan menggunakan waktu, uang untuk mengejar kesenangan semata (Muis et al., 2019).

Gaya hidup hedonis sebenarnya boleh saja dilakukan untuk melakukan *self reward* atau menyenangkan diri sendiri, akan tetapi gaya ini jika dilakukan secara terus menerus dan secara berkala akan menjadi boomerang sendiri bagi pelaku apabila tidak memiliki

pemahaman tentang pengelolaan uang dengan baik. Pemahaman tentang pengelolaan uang ini biasa disebut juga dengan literasi keuangan. Literasi keuangan sebagai sikap dan perilaku yang ditunjukkan dalam pengambilan keputusan keuangan untuk mendapatkan kesejahteraan berdasarkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan individu tersebut (OJK, 2016). Berdasarkan hasil survei Nasional literasi dan inklusi keuangan oleh OJK, tingkat literasi keuangan generasi Z sebesar 44,04%, ini menunjukkan hasil yang cukup rendah karena dibawah 60% (OJK, 2019).

Salah satu kelompok sosial dan masyarakat yang mudah terkena dari gaya hidup, tren dan apapun yang sedang eksis adalah mahasiswa. Lingkungan kampus dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa dan mampu meningkatkan konsentrasi individu terhadap sesuatu sehingga lingkungan kampus dapat mempengaruhi setiap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (Leksono & Vhalery 2019). perilaku konsumtif sebenarnya bisa muncul begitu saja dalam diri seseorang, bahkan ada juga beberapa orang yang menganggap bahwa kegiatan konsumtif ini tidak salah karena ada beberapa faktor seperti lingkungan yang mendukung untuk konsumtif, gaya hidup, tingkat pendapatan, psikologis dan lain sebagainya. Perilaku konsumtif ini dikarenakan adanya sarana dan prasarana yang ada seperti online shop, kafe, mall (Sukari et al., 2013).

2. Tinjauan Pustaka

Gaya Hidup Hedonis

Hedonisme merupakan pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Hedonisme adalah suatu anggapan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan akhir hidup yang baik dan tertinggi (W. Poespoprodjo, 2010).

Adapun indikator gaya hidup hedonis menurut Sunarto, diantaranya :

1. Minat, faktor pribadi dari konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Minat dapat berupa ketertarikan yang berbentuk kesukaan dan kegemaran.
2. Aktivitas, apa yang dikerjakan konsumen, produk yang dibeli atau digunakan, kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
3. Opini, pandangan dan perasaan konsumen menanggapi isu-isu untuk ekonomi dan sosial (Mandey, 2009).

Literasi Keuangan

Pentingnya literasi ekonomi dapat meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa ketika melakukan konsumsi. Literasi keuangan merupakan pemahaman kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan untuk merubah pengetahuan secara tepat dalam perilaku (Kaly, Hudson dan Vush, 2008). Dengan memiliki kemampuan pengelolaan secara baik maka mahasiswa juga dapat memilih dan memilah konsumpsi secara terstruktur.

Menurut (Chen & Volpe, 2002) literasi keuangan dapat diukur menggunakan beberapa indikator, meliputi :

1. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, yaitu pemahaman yang berkaitan mengenai keuangan secara pribadi.
2. Tabungan dan pinjaman, pengetahuan mengenai tabungan dan pinjaman.
3. Pengelolaan asuransi, kemampuan dasar mengenai investadi, risiko, deposito.
4. Manajemen risiko, pemahaman tentang risiko pengelolaan keuangan secara pribadi.

Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial adalah tempat di mana orang berinteraksi dan melakukan sesuatu secara kolektif (Abdurrahman & Oktapiani, 2019). Lingkungan sosial adalah salah satu

komponen yang dapat mempengaruhi kemampuan seseorang atau kelompok untuk berperilaku tertentu. Indikator lingkungan sosial menurut (Zulaifa, 2019) meliputi:

1. Lingkungan sosial keluarga
 - a. Cara orang tua mendidik, bagaimana pola asuh yang diajarkan orang tua terhadap anaknya.
 - b. Relasi antar anggota keluarga, hubungan yang terjalin dalam anggota keluarga. Bagaimana cara orang tua memberikan kasih sayang disertai dengan bimbingan dalam proses pembelajaran dalam pengelolaan keuangan.
 - c. Pengertian orang tua, membantu anak dalam meningkatkan kepercayaan diri pada saat mengalami kesulitan saat memutuskan pembelian.
2. Lingkungan sosial sekolah
 - a. Relasi guru dengan siswa, dengan adanya motivasi yang diberikan guru terhadap siswa agar mempunyai semangat dalam belajar.
 - b. Relasi siswa dengan siswa, menciptakan hubungan yang baik dalam menjalin pertemanan selama berada di lingkungan sekolah
3. Lingkungan sosial masyarakat
 - a. Kegiatan dalam masyarakat, berkontribusi pada aktivitas yang ada pada masyarakat dalam kegiatan sosial, ekonomi, keagamaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat.
 - b. Mass media, informasi yang beredar di media untuk menumbuhkan minat dalam melakukan pembelian.
 - c. Teman bergaul, teman bergaul yang baik akan menumbuhkan sikap yang baik begitu pula sebaliknya, jika teman bergaul yang buruk akan menumbuhkan sikap yang buruk pada siswa.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasari dengan pertimbangan secara rasional dan lebih mementingkan keinginan daripada keuangan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, diantaranya gaya hidup, tingkat pendapatan, dan masih banyak lainnya. Adapun beberapa indikator perilaku konsumtif :

1. Membeli produk dengan iming-iming hadiah, konsumen mudah tergiur akan hadiah dan juga diskon ketika akan melakukan pembelian
2. Membeli dengan kemasan yang bagus, motivasi dalam hal konsumsi suatu produk hanya karena dikemas dengan rapi dan menarik
3. Membeli karena gengsi, berkonsumsi barang agar diterima di lingkungan masyarakatnya ketika tidak dapat membeli merasa kurang dapat diterima
4. Membeli karena kepentingan status, dengan menggunakan barang yang eksklusif dapat terlihat lebih keren dimata orang lain
5. Membeli produk mahal agar lebih percaya diri, beranggapan bahwa dengan membeli produk yang mahal dan mewah dapat meningkatkan kepercayaan dirinya
6. Membeli produk tidak berdasarkan kegunaannya, membeli produk yang fungsinya sama akan tetapi sudah mempunyai produk dengan fungsi sama sebelumnya

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Sampel yang digunakan yaitu mahasiswa dan mahasiswi aktif Kota Semarang yang sering melakukan pembelian secara berkala supaya dapat terlihat bermewah mewahan. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan menggunakan rumus Rao Purba, maka jumlah sampel yang digunakan

sejumlah 96 orang sehingga untuk memudahkan penelitian maka peneliti menggenapkan sampel menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data dengan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa di Semarang melalui *Google form* untuk penyebarannya peneliti akan menyebarkan dengan media internet seperti sosial media. Dalam penyusunan kuesioner ini skala yang digunakan yakni *skala likert*. Skala likert mempunyai pilihan, yakni: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Netral, 4. Setuju, dan 5. Sangat setuju.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	KMO	Indikator	Component Matrix (Loading Factor)	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis (X1)	0,897	X1.1	0,920	Valid
		X1.2	0,920	Valid
		X1.3	0,920	Valid
		X1.4	0,901	Valid
		X1.5	0,871	Valid
Literasi Keuangan (X2)	0,868	X2.1	0,771	Valid
		X2.2	0,880	Valid
		X2.3	0,876	Valid
		X2.4	0,852	Valid
		X2.5	0,801	Valid
		X2.6	0,882	Valid
		X2.7	0,883	Valid
Lingkungan Sosial (X3)	0,794	X3.1	0,681	Valid
		X3.2	0,743	Valid
		X3.3	0,702	Valid
		X3.4	0,797	Valid
		X3.5	0,711	Valid
		X3.6	0,480	Valid
		X3.7	0,598	Valid
		X3.8	0,516	Valid
		X3.9	0,819	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	0,855	Y.1	0,882	Valid
		Y.2	0,832	Valid
		Y.3	0,897	Valid
		Y.4	0,770	Valid
		Y.5	0,888	Valid
		Y.6	0,832	Valid
		Y.7	0,812	Valid

Sumber: Diolah dari data primer dengan program SPSS

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item dari indikator variable gaya hidup hedonis, literasi keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif adalah valid. Nilai KMO menunjukkan lebih dari 0,50 yang berarti bahwa sampel cukup untuk penelitian dan nilai *loading factor* lebih dari 0,40

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis (X1)	0,827	> 0,70	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,800	> 0,70	Reliabel
Lingkungan Sosial (X3)	0,765	> 0,70	Reliabel

Sumber : Diolah dari data primer dengan program SPSS

Berdasarkan tabel 2 diatas mmenunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70, artinya bahwa variabel gaya hidup hedonis, literasi keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif dinyatakan reliabel dan dapat dilakukan pada pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,985 ^a	,970	,969	,827

Sumber : Diolah dari data primer dengan program SPSS

Hasil dari tabel diatas, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 96,9%, dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup hedonis, literasi keuangan dan lingkungan sosial mampu menjelaskan perilaku konsumtif dengan presentase 96,9% dan sisanya 3,1% (100% - 96,9%) dijelaskan variabel lainnya yang tidak diamati.

Hasil Uji F (Simultan)**Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)**

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2121,362	3	707,121	1033,577	,000b
Residual	65,678	96	,684		
Total	2187,040	99			

Sumber : Diolah dari data primer dengan program SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa menghasilkan nilai F hitung sebesar 1033,577, selain itu apabila dibandingkan dengan perhitungan F tabel berikut ini :

$$DF1(N1): k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$DF2(N2): n - k = 100 - 3 = 97$$

Keterangan :

k = jumlah variabel

n = jumlah responden

Berdasarkan rumus diatas maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,70. Berdasarkan hitungan tersebut maka nilai F hitung sebesar 1033,577 > F tabel 2,70 dan nilai signifikasi (sig) dalam uji F sebesar 0,000 < 0,05. Hasil ini mengartikan bahwa gaya hidup hedonis (X1), literasi keuangan (X2), dan lingkungan sosial (X3) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Dapat disimpulkan bahwa model regresi di penelitian ini dikatakan layak dan bisa untuk dilakukan analisis.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients*		Beta	t	Sig.
	Unstandardized	Unstandardized			
	B	Std. Error			
(Constant)	2,967	1,104	-2,695	,00	2,967
Gaya Hidup Hedonis (X1)	,417	,038	,328	10,947	,000
Literasi Keuangan (X2)	,669	,029	,686	23,131	,000
Lingkungan Sosial (X3)	,096	,026	,066	3,661	,000

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber : Diolah dari data primer dengan program SPSS

Berdasarkan hasil uji regresi linear pada tabel 5, dapat diketahui persamaan regresi dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$= 0,328X_1 + 0,686X_2 + 0,066X_3$$

Berdasarkan hasil uji regresi linear pada diatas, maka hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dimana dengan menggunakan *level significance* sebesar 5% dan diperoleh nilai t hitung sebesar 10,947 maka nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,00 < 0,05$ yang berarti gaya hidup hedonis (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis antara gaya hidup hedonis (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) yang dugaannya mempunyai pengaruh positif diterima.
2. Literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumtif. Dengan menggunakan level signifikansi 5% dan nilai t hitung 23,131, nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,00 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan (X2) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Ini menunjukkan bahwa hipotesis antara literasi keuangan (X2) dan perilaku konsumtif (Y) yang dugaannya mempunyai dampak positif terhadap perilaku konsumtif
3. Lingkungan sosial memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumtif. Dengan menggunakan level signifikansi 5% dan nilai t hitung 3,661, nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,00 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial (X3) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Ini menunjukkan bahwa hipotesis antara lingkungan sosial (X3) dan perilaku konsumtif (Y) yang diduga memiliki dampak p

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gaya hidup hedonis (X1), Literasi keuangan (X2) dan lingkungan sosial (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif
Berdasarkan dari pengujian hipotesis, gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,417 dan nilai signifikansi 0,00 hal ini mengartikan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Pada penelitian ini sebagian besar responden menunjukkan bahwa responden mudah terpengaruh oleh iming-iming hadiah dan juga diskon. Hal ini ditunjukkan dengan hasil diskripsi reponden yang menjawab pertanyaan X1.2 yaitu “iming iming hadiah dan diskon membuat saya mudah terpengaruh untuk membeli barang tersebut” menunjukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,24.
Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya dari (Sintarulli Siahaan, Dwi Eko Waluyo 2023), (Febriana Sa’idah, Dhiah Fitrayati, 2022), (Risa Astiningrum ,2018), (Ranti Tri Anggraini, Fauzan Heru Santhoso, 2017) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif
2. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif
Berdasarkan dari pengujian hipotesis, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,669 dan nilai signifikansi 0,00 hal ini mengartikan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak. Dengan ini bisa diartikan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya mengarah ke hal yang tidak baik, bisa juga dipergunakan dengan baik sesuai tingkat pemahaman pengelolaan keuangannya. Salah satunya dengan responden membandingkan harga sebelum melakukan pembelian dan juga menggunakan perencanaan keuangan dengan baik. Hal ini ditunjukan dengan deskripsi responden yang menjawab pertanyaan X2.6 yaitu “saya selalu membandingkan harga sebelum melakukan pembelian” menunjukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar
Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya dari (Sintarulli Siahaan, Dwi Eko Waluyo, 2023), (Yohanes Maria Vianey Kenale Sada, 2022), (Mega Noerman Ningtyas, Novi Lailiyul Wafiroh, 2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Lingkungan sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif
Berdasarkan dari pengujian hipotesis, lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,096 dan nilai signifikansi 0,00 hal ini mengartikan bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Dari penelitian ini menyatakan bahwa lingkungan yang ada disekitar individu baik dari keluarga, teman sebaya dan lingkungan masyarakat. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh responden juga akan mempengaruhi perilaku konsumtifnya, salah satunya kegiatan belajar mengajar. Menurut responden, kegiatan belajar mengajar secara online justru membuat menjadi boros. Hal ini ditunjukkan dengan deskripsi responden yang menjawab pertanyaan X3.5 yaitu "pembelajaran secara online membuat saya menjadi lebih boros" menunjukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,66
Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya dari (Yohanes Maria Vianey Kenale Sada, 2022) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Tidak semua hipotesis dari tiga penelitian ini dapat diterima, dapat disimpulkan bahwa dua hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak. Hipotesis kedua, variabel literasi keuangan (X2), memiliki pengaruh yang signifikan dan berlawanan terhadap perilaku konsumtif (Y).
2. Dari ketiga hipotesis tersebut, terdapat variabel yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif (Y) yaitu variabel literasi keuangan (X2) yang dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,669.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonis (X1), literasi keuangan (X2), dan lingkungan sosial (X3) mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) dengan cara yang positif dan signifikan. Pada variabel gaya hidup hedonis (X1) mempunyai nilai rata-rata (*mean*) tertinggi dengan nilai 4,24 yang mengartikan bahwa responden mudah terpengaruh oleh iming-iming hadiah dan diskon, pada variabel literasi keuangan (X2) mempunyai nilai rata-rata (*mean*) tertinggi dengan nilai 4,25 yang mengartikan bahwa responden selalu membandingkan harga ketika akan melakukan pembelian, dan pada variabel lingkungan sosial (X3) mempunyai nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 4,66 yang mengartikan bahwa responden lebih konsumtif ketika melakukan pembelajaran secara online.
4. Dapat disimpulkan bahwa responden akan melakukan konsumsi ketika akan mendapatkan harga yang dibawah dari harga normal dan juga membandingkan harga sebelum melakukan pembelian serta dipengaruhi oleh lingkungan disekitar responden.

Daftar Pustaka

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetitif*, 5(1), 41-49.
- Ali, Mm., Hariyati, T., Yudestia Pratiwi, M., & Afifah Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2).
- Candra, D., & Aulia, B. (2022). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy on The Consumptive Behavior of The Millennial Generation in The Covid-19 Pandemic Era in Padang. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(01), 34–48.
- Charlyvia, I., & Riva'i, A. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Personality Traits, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi pada Penggemar Artis Thailand). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 189.

<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.949>

- Ekonomika, F., Bisnis, D. A. N., & Stikubank, U. (2023). *PENGARUH HEDONIC CONSUMPTION , PROMOSI PENJUALAN , BRAND IMAGE , DAN PRICE DISCOUNT*.
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503.
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, Volume 4 N(1), 11–21.
- Risnawati.(2020). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (studi di kecamatan ulee kareng banda aceh)
- Sari, D. E., Tiara, Narimo, S., & Saputra, R. C. (2020). The Effect of Financial Literacy and Pocket Money on Consumer Behavior of Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) Students. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 4235–4237.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelolaan Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 308–315. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/608/583>
- Sutriati, K, S., & Riadi, R. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau. *Jom Fkip*, 5(1), 1–10.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548.
- Zulaifa, W. (2019). Pengaruh Lingkungan sosial dan pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.