

## PENGARUH TEMAN SEBAYA DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PESERTA DIDIK AKUNTANSI KEUANGAN LEMBAGA DI SMK X

**Jesicha Mutiara Dewi<sup>1\*</sup>**

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

[jesichamutiara@student.uns.ac.id](mailto:jesichamutiara@student.uns.ac.id)

**Siswandari<sup>2</sup>**

Pendidikan Akuntansi, FKIP Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta

[siswandari@staff.uns.ac.id](mailto:siswandari@staff.uns.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of peers and financial literacy on consumptive behavior among students of Financial Accounting at SMK X. This is a descriptive quantitative research employing a questionnaire-based design distributed to respondents, and then the data will be statistically processed using SPSS V.29 for Windows software. The population of this study consists of 320 students of Financial Accounting at SMK X, with a sample size of 178 using Stratified Random Sampling technique. Based on the research findings, it can be concluded that (1) peers significantly influence consumptive behavior, as evidenced by the obtained t-value of 4.058 with a significance of 0.000, (2) financial literacy significantly influences consumptive behavior, as evidenced by the obtained t-value of 4.262 with a significance of 0.000, (3) peers and financial literacy simultaneously significantly influence consumptive behavior, as evidenced by the obtained F-value of 29.950 with a significance of 0.000. The regression line equation model for the three variables is  $Y = 23.893 + 0.295 X_1 + 0.590 X_2$ .*

**Keywords: Peer Influence, Financial Literacy, Consumptive Behavior**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada peserta didik Akuntansi Keuangan Lembaga di SMK X. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan *design* menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden kemudian data akan diolah secara statistik dengan menggunakan *software* SPSS V.29 for windows. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 320 peserta didik Akuntansi Keuangan Lembaga di SMK X dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Stratified Random Sampling* sebanyak 178 sampel. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa (1) teman sebaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan penilaian perolehan t hitung = 4,058 dengan signifikansi 0,000, (2) literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan penilaian perolehan t hitung = 4,262 dengan signifikansi 0,000, (3) teman sebaya dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan penilaian perolehan F hitung = 29,950 dengan signifikansi 0,000. Model persamaan fungsi garis regresi dari ketiga variabel tersebut adalah  $Y = 23,893 + 0,295 X_1 + 0,590 X_2$ .

**Kata Kunci: Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif**

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman turut memengaruhi perkembangan perekonomian di Indonesia bahkan di dunia. Perkembangan perekonomian dapat diwujudkan dengan adanya perkembangan sektor-sektor bisnis pada seluruh dunia. Dalam hal tersebut, seluruh kegiatan yang terdapat dalam bisnis menjadi faktor penentu keberhasilan suatu bisnis hingga dapat memengaruhi pertumbuhan perekonomian.

Modernisasi semakin mendorong masyarakat untuk mengikuti perkembangan *trend* yang ada. Modernisasi merupakan suatu transformasi dari suatu keadaan yang kurang berkembang menjadi lebih maju dengan tujuan untuk mencapai kehidupan yang lebih berorientasi. Walaupun tujuan dari modernisasi pada umumnya adalah untuk meningkatkan taraf kehidupan menjadi lebih baik lagi, namun tidak jarang modernisasi mampu memberikan efek negatif yang mampu memberikan dampak terhadap kesenjangan sosial ekonomi (Asnawati, 2019).

Salah satu contoh terhadap kesenjangan modernisasi adalah adanya penyalahgunaan teknologi, seperti penyalahgunaan sosial media dan *e-commerce* yang semata-mata hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi tanpa mengindahkan kebutuhan yang semestinya. Kondisi inilah yang dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif masyarakat. Modernisasi dapat menjadi peralihan masa dari gaya hidup tradisional menjadi gaya hidup yang lebih maju. Sehingga dapat menimbulkan dampak negatif seperti perubahan tingkah laku hingga perubahan gaya hidup yang secara sadar maupun tidak sadar akan menimbulkan perilaku

konsumtif seseorang karena sikap modernisasi ini memiliki hubungan erat dengan perilaku konsumtif yang dimiliki oleh seseorang (Mukrimah et al., 2023).

Fenomena yang banyak ditemukan dalam perilaku konsumtif adalah dengan memanfaatkan penggunaan *Paylater* pada aplikasi belanja online. *Paylater* merupakan suatu metode pembayaran yang dilakukan seperti sistem kredit online yang disediakan oleh jasa belanja online, sehingga pembeli dapat membeli barang terlebih dahulu untuk kemudian pembayaran dapat dilakukan setelah barang diterima dengan batas waktu yang telah ditentukan. Namun ketika pembeli tidak dapat melunasi *Paylater* maka akan dikenakan denda sesuai dengan persentase jumlah belanja yang telah ditentukan berdasarkan dengan kebijakan yang berlaku.

Kemudahan dalam penggunaan *Paylater* ini semakin mendorong kaum *millennial's* untuk meningkatkan pembelian yang berlebihan dengan hanya berdasarkan keinginan belaka dan tidak mengutamakan kebutuhan (Khairunnisa et al., 2022). Pergaulan remaja pada masa sekarang yang semakin menuntut mereka seolah terlihat modis pada setiap penampilan yang dikenakan dan harus sesuai dengan *trend* masa kini semakin meningkatkan minat mereka untuk sulit menahan diri memenuhi keinginan dan berperilaku konsumtif dengan menggunakan jasa *Paylater* yang ditawarkan (Fauziah & Naomi, 2022). Hal inilah yang menjadikan perilaku konsumtif tidak dapat terkontrol karena terbiasa melakukan perilaku berutang dan tidak dapat menyisihkan sejumlah uang untuk ditabung.

Selain dinilai merugikan dalam hal

finansial, perilaku konsumtif juga dapat memengaruhi kondisi psikologis seseorang, yakni ketika seseorang memiliki keinginan yang lebih dan tidak dapat mengendalikannya maka hal tersebut akan mengganggu kondisi psikis seseorang akibat tidak sesuainya harapan dengan ekspektasi yang diinginkan. Perilaku konsumtif tidak hanya berdampak pada permasalahan finansial namun juga dapat berdampak pada keadaan psikologis seseorang, dimana perilaku konsumtif ini akan menimbulkan kecemasan dan perasaan tidak nyaman ketika seseorang tidak dapat mewujudkan ekspektasi terhadap tuntutan pembelian barang-barang yang diinginkan oleh dirinya sendiri (Patricia & Handayani, 2014).

Perilaku konsumtif antara lain dipengaruhi oleh perilaku teman sebaya. Pola hidup konsumtif dapat terwujud akibat adanya keinginan seseorang untuk mengikuti gaya hidup dari teman sebaya sebagai keinginan untuk memberikan penampilan yang lebih dari kelompok teman sebayanya. Perilaku konsumtif dapat terjadi karena adanya pengaruh faktor sosial dan interaksi teman sebayanya (Isnawati & Kurniawan, 2021).

Teman sebaya mampu memberikan tekanan pada perilaku konsumtif dengan menirukan apa yang dilakukan teman lainnya, seperti melakukan pembelian barang mewah (Gulati, 2017). Sehingga fenomena dari adanya pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif ini dapat terjadi seperti sering berkumpul dengan teman sebaya untuk membeli sesuatu baik barang maupun makanan sebelum pulang ke rumah. Teman sebaya memiliki pengaruh dalam perilaku konsumtif karena teman sebaya merupakan suatu kelompok yang

biasanya cenderung memiliki kesamaan umur sehingga selera dan kebutuhan yang dihadapkan antara suatu individu dengan teman sebaya adalah sama (Joey Paywala et al., 2022). Dan apabila salah seorang membeli sesuatu yang menarik biasanya individu tersebut akan tertarik dengan apa yang dilihat sehingga mendorong untuk membeli barang-barang yang terlihat menarik dan sesuai dengan *trend* yang berkembang. Hal ini dikarenakan masa remaja merupakan masa yang penting bagi seseorang untuk mencari jati diri sehingga pertemanan mereka akan mencerminkan bagaimana karakteristik seseorang, dimana seorang remaja akan terlihat sebagai kelompok sosial dalam suatu kelompok (Murniatiningsih, 2017).

Selain itu, pemahaman mengenai literasi keuangan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif (Tribuana, 2020). Hal ini sebagai akibat kurangnya pemahaman secara maksimal mengenai pengelolaan keuangan dan adanya kecenderungan tidak dapat mengendalikan diri untuk membeli sesuatu. Rendahnya pemahaman terhadap pengelolaan keuangan juga dapat memicu terjadinya permasalahan keuangan pada seseorang (Yushita, 2017).

Literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai cara melakukan manajemen finansial seseorang sehingga dapat mengontrol antara pengeluaran dan pemasukan seseorang. Pemahaman mengenai literasi keuangan dikatakan penting karena mampu meningkatkan perilaku menabung seseorang dan terhindar dari perilaku konsumtif. Literasi keuangan

merupakan suatu pemahaman mengenai secara keseluruhan dari sisi keuangan seseorang yang akan digunakan dalam pengambilan keputusan mengenai kegiatan ekonomi pada masa mendatang (Natan & Mahastanti, 2022).

Pemahaman mengenai literasi keuangan menjadi hal yang penting karena mampu menyadarkan seseorang terhadap pentingnya melakukan manajemen keuangan dalam menjalankan kehidupan sehingga tidak akan terjemur ke dalam suatu kondisi yang memungkinkan terjadinya kesulitan keuangan. Pentingnya pemahaman terhadap literasi keuangan bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai pengelolaan finansial secara efektif dan efisien sehingga dapat meminimalisir risiko-risiko yang akan dihadapi pada masa mendatang serta kemungkinan apabila terdapat indikasi penipuan (Yushita, 2017). Dengan adanya literasi keuangan maka dapat meminimalisasikan masalah-masalah keuangan yang mungkin terjadi (Pohan et al., 2021). Permasalahan keuangan tersebut dapat menjadikan seseorang mengalami kesulitan keuangan akibat terjadi kesalahan dalam melakukan pengelolaan keuangan, seperti kesalahan penggunaan kredit serta tidak adanya perencanaan yang matang atas penganggaran keuangan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah. Penelitian yang dilakukan OJK pada rentang waktu 2019 Indeks Literasi sebesar 38,03% dan Inklusi Keuangan sebesar 76,19% sehingga didapatkan nilai Gap pada tahun 2019 sebesar 38,16%. Sedangkan

pada tahun 2022 Indeks Literasi sebesar 49,68% dan Inklusi Keuangan sebesar 85,10% sehingga didapatkan nilai Gap pada tahun 2022 sebesar 35,42%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat penurunan nilai Gap dari tahun 2019 menuju tahun 2022 menurun sebesar 2,74%. Nilai indeks literasi keuangan Indonesia dengan persentase 38,08% terpaut jauh dengan negara-negara lain seperti Singapura sebesar 98%, Malaysia sebesar 85%, dan Thailand sebesar 82% (Siaran Pers Bersama, 2021). Walaupun pada Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan menaik namun penurunan nilai Gap ini menandakan bahwa literasi keuangan yang dimiliki masyarakat sudah meningkat namun tidak dapat menggunakan jasa keuangan secara maksimal atau tidak dapat memahami bagaimana cara penggunaan jasa keuangan yang seharusnya.

Dengan adanya fenomena tersebut menandakan bahwa masyarakat tidak dapat memanfaatkan pelayanan produk yang disuguhkan oleh jasa keuangan dengan sebaik-baiknya. Dan apabila hal ini terus meningkat maka masyarakat akan semakin terjebak dengan perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, seperti penggunaan media sosial, penggunaan *Paylater* dalam melakukan transaksi pembelian produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (*Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) dalam PISA, 2015), menyatakan bahwa literasi keuangan dasar adalah suatu *life skill* yang sangat penting karena mampu memberikan keputusan bagi dirinya sendiri sejak pada segala jenjang usia dan bagaimana seseorang mampu mendistribusikan keuangan yang mereka miliki dari usia sedini mungkin. Dengan demikian, pemahaman

mengenai literasi keuangan sebaiknya dimulai sejak dini agar seseorang mampu memiliki perencanaan masa dengan mengenai pengelolaan keuangan.

Penelitian ini dilakukan dengan berfokus pada siswa SMK X dikarenakan pada masa tersebut merupakan masa dengan produktivitas yang tinggi. Generasi remaja dengan rentang umur 15-17 tahun merupakan komponen yang penting dalam kemajuan bangsa dan kebangkitan perekonomian nasional (Susilaningih et al., 2022). Namun pada kenyataannya indeks literasi keuangan pada rentang usia tersebut memiliki persentase yang rendah yakni sebesar 16% (Arceo dan Villagomez, 2017). Hal ini dikarenakan remaja merupakan pasar potensial dalam transaksi pembelian barang dan mudah beradaptasi dengan hal-hal baru yang ditawarkan (Amara dan Zamzamy, 2023).

Penelitian terdahulu yang mendukung pada variabel Teman Sebaya antara lain menurut Hidayah & Bowo (2018), dengan indikator yang digunakan adalah Kerjasama, Persaingan, Pertentangan, Penerimaan, Persesuaian, dan Perpaduan. Adapun menurut (Khairinal, 2020), indikator yang digunakan adalah interaksi sosial di lingkungan teman sebaya, keterlibatan individu dalam berinteraksi, dukungan teman sebaya, menjadi teman belajar, dan meningkatkan harga diri siswa. Selain itu indikator yang digunakan oleh Fajriyatul et al. (2023) antara lain interaksi sosial dengan teman sebaya, memberikan dorongan serta dukungan dari teman sebaya, memberikan pengetahuan atau pengalaman baru dari teman sebaya, dan mengikuti kebiasaan dari teman

sebaya. Berdasarkan beberapa indikator tersebut, maka indikator yang digunakan pada variabel Teman Sebaya adalah interaksi sosial di lingkungan teman sebaya, keterlibatan individu dalam berinteraksi, dukungan teman sebaya, menjadi teman belajar, dan meningkatkan harga diri siswa (Khairinal, 2020).

Kemudian indikator-indikator pada penelitian terdahulu yang digunakan dalam variabel Literasi Keuangan antara lain indikator yang digunakan oleh (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) adalah pengelolaan keuangan, tabungan dan pinjaman, investasi dan pasar modal, asuransi, dan pegadaian. Kemudian indikator *Basic financial knowledge (basic financial knowledge)*, *Savings and borrowing (saving and borrowing)*, *Protection or insurance (insurance)*, and *Investment* (Febriana et al., 2023). Selain itu indikator yang digunakan oleh Sustiyo (2020), adalah keterampilan dalam perhitungan, konsep keuangan dasar yang dipahami, serta sikap yang diambil dalam pembuatan keputusan keuangan. Dengan demikian indikator yang digunakan pada variabel Literasi Keuangan dalam penelitian ini adalah menurut OECD (2014), indikator yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep-konsep serta risiko keuangan, keterampilan, dan motivasi serta kepercayaan untuk menerapkan dalam setiap pengambilan keputusan yang efektif dalam berbagai masalah.

Adapun indikator-indikator dari variabel perilaku konsumtif yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu menurut Octaviani & Kartasmita (2017) indikator yang digunakan adalah membeli produk karena iming-iming

hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli barang demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga bukan manfaat, membeli produk hanya sekedar untuk menjaga simbol status, menggunakan produk karena unsur konformitas terhadap yang mengiklankan, adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal meningkatkan rasa percaya diri, serta mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. Kemudian menurut Bado et al. (2022), indikator yang digunakan adalah pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Sedangkan menurut (Febriana et al. (2023) indikator yang digunakan adalah *gifts, prestige, advertising, prices, and collection*. Dengan demikian indikator variabel perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Sumartono (2002), indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif antara lain membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli barang demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga bukan manfaat, membeli produk hanya sekedar untuk menjaga simbol status, menggunakan produk karena unsur konformitas terhadap yang mengiklankan, adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal meningkatkan rasa percaya diri, serta mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono

(2018), menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif adalah salah satu jenis metode penelitian dengan landasan filsafat positivisme yang digunakan dalam melakukan penelitian pada populasi dan sampel tertentu, kemudian menggunakan instrumen penelitian dalam melakukan pengumpulan data, dan analisis data bersifat kuantitatif serta statistik sebagai tujuan dalam melakukan pengujian hipotesis pada penelitian.

*Design* pengambilan data dalam penelitian pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang kemudian akan disebarakan kepada responden. Kemudian perolehan data diperoleh berupa angka dengan menggunakan teknik analisis statistik.

Sumber data diperoleh dengan menggunakan data primer, seperti angket dan kuesioner dan data sekunder, seperti jurnal, buku, serta daftar siswa. Teknik pengumpulan data yang menggunakan jenis metode *probability sampling* yaitu dengan menggunakan *Stratified Random Sampling*. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta didik kelas X, XI, dan XII Akuntansi Keuangan Lembaga sebanyak 320 siswa dengan total sampel sebanyak 178 siswa.

Teknik validitas instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pada uji validitas apabila nilai signifikansi  $<0,05$  maka item pernyataan dikatakan valid. Hasil uji validitas pada variabel Teman Sebaya (X1) didapatkan hasil 17 pernyataan valid dan 3 pernyataan tidak valid. Pada variabel Literasi Keuangan (X2) didapatkan hasil uji validitas dengan 13 item pernyataan valid. Serta pada

variabel Perilaku Konsumtif (Y) didapatkan hasil uji validitas 8 item pernyataan tidak valid dan 16 item pernyataan valid. Kemudian hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Penelitian	Koefisien Alpha	Keterangan
Teman Sebaya (X1)	0,925	Reliabel (Sangat Kuat)
Literasi Keuangan (X2)	0,781	Reliabel (Kuat)
Perilaku Konsumtif (Y)	0,855	Reliabel (Sangat Kuat)

(Sumber: Data yang diolah, 2023)

Pada hasil uji reliabilitas didapatkan nilai reliabel pada variabel Teman Sebaya sebesar 0,925 yaitu sangat kuat, variabel Literasi Keuangan sebesar 0,781 yaitu kuat, serta variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,855 yaitu sangat kuat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, uji prasyarat analisis, seperti uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis, seperti analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Deskripsi Data

**Tabel 2. Deskripsi Data Teman Sebaya (X1)**

<i>Descriptive Statistics</i>					
Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<b>Teman Sebaya (X1)</b>	178	55	85	71,2416	6,81416
<b>Valid N (listwise)</b>	178				

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada hasil deskripsi data diketahui bahwa 30% dari 71,2416 adalah 21,37248. Sehingga

diperoleh  $(6,81416 < 21,37248)$  maka disimpulkan tidak terdapat kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum.

**Tabel 3. Deskripsi Data Literasi Keuangan (X2)**

<i>Descriptive Statistics</i>					
Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<b>Literasi Keuangan (X2)</b>	178	28	45	37,3876	3,57506
<b>Valid N (listwise)</b>	178				

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada hasil deskripsi data diketahui bahwa 30% dari 37,3876 adalah 11,21628. Sehingga diperoleh  $(3,57506 < 11,21628)$  maka disimpulkan tidak terdapat kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum.

**Tabel 4. Deskripsi Data Perilaku Konsumtif (Y)**

<i>Descriptive Statistics</i>					
Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<b>Perilaku Konsumtif (Y)</b>	178	47	80	66,9157	6,8716
<b>Valid N (listwise)</b>	178				

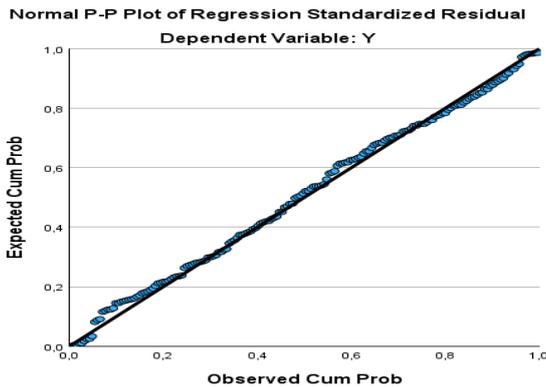
(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada hasil deskripsi data diketahui bahwa 30% dari 66,9157 adalah 20,07471. Sehingga diperoleh  $(6,8716 < 20,07471)$  maka disimpulkan tidak terdapat kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum.

### Hasil Uji Prasyarat Analisis

#### Uji Normalitas

#### Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada grafik diatas terlihat bahwa data menyebar di sepanjang garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov* pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

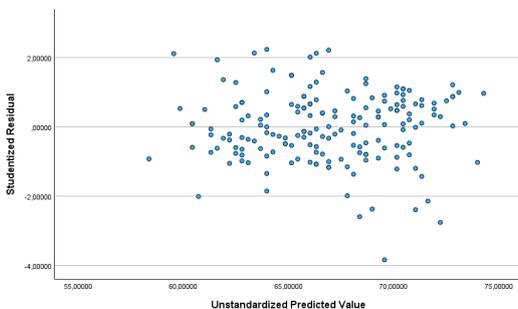
<i>One-Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	
<i>Unstandardized Residual</i>	
N	178
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada tabel uji normalitas diatas didapatkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 (0,200 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

**Uji Linearitas**

**Gambar 2. Hasil Uji Linearitas**



(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa membentuk diagram pencar dan tidak berpola sehingga dapat disimpulkan bahwa data

bersifat linear.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas**

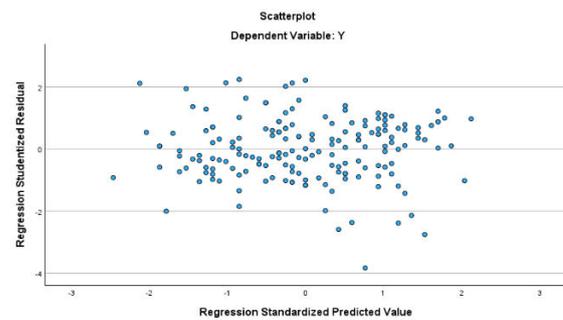
<i>Variabel</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(X1)	0,822	1,217
(X2)	0,822	1,217

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas diatas didapatkan nilai *tolerance* (0,822 < 0,10) dan *VIF* (1,217 > 10) maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Berdasarkan gambar uji heteroskedastisitas diatas didapatkan hasil titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 7. Hasil Regresi Linear Berganda**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig</i>
1 (Constant)	23,893	5,577		4,284	0,000
X1	0,295	0,073	0,292	4,058	0,000
X2	0,590	0,138	0,307	4,262	0,000

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 23,893 + 0,295 X1 + 0,590 X2$$

Dalam artian, setiap bertambahnya 1 satuan variabel Teman Sebaya (X1) maka akan mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,295 dan setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Literasi Keuangan (X2) maka akan mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,590.

**Uji t (Parsial)**

**Tabel 8. Hasil uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,893	5,577		4,284	0,000
X1	0,295	0,073	0,292	4,058	0,000
X2	0,590	0,138	0,307	4,262	0,000

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05) Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel Teman Sebaya (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Demikian pula pada variabel Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) nilai signifikansi sebesar < 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima pada variabel X2 terhadap Y.

**Uji F (Simultan)**

**Tabel 9. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig
1 Regression	2131,250	2	1065,625	29,950	0,000
Residual	6226,486	175	35,580		
Total	8357,736	177			

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka

Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Teman Sebaya (X1) dan Literasi Keuangan (X2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

**Koefisien Determinasi**

**1. Koefisien Determinasi Simultan**

**Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi Simultan**

Model	R	R Square	Adjusted R Squares	Std. Error of the Estimate
1	0,505	0,255	0,246	5,965

(Sumber: Data yang diolah, 2024)

Pada tabel diatas didapatkan nilai koefisien determinasi secara simultan (X1 dan X2 terhadap Y) sebesar 0,255 atau 25,5% dan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari penelitian ini.

**2. Koefisien Determinasi Parsial**

**Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi Parsial**

No.	Variabel	Beta	Zero-Order	Persentase
1	Teman Sebaya	0,292	0,422	12,31%
2	Literasi Keuangan	0,307	0,430	13,19%
	Total			25,50%

Pada tabel diatas didapatkan nilai koefisien determinasi secara parsial pada Variabel X1 terhadap Y sebesar 12,31% dan pada variabel X2 terhadap Y sebesar 13,19%.

**Pembahasan**

**Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil dalam penelitian ini yaitu variabel Teman Sebaya (X1) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) dengan nilai t hitung 4,058 dan signifikansi <

0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima dengan menggunakan uji t menggunakan *software* SPSS V.29 *for windows*. Hal ini berarti semakin tinggi tinggi pengaruh dari teman sebaya maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang terjadi pada peserta didik Akuntansi Keuangan Lembaga di SMK X.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang dicetuskan oleh Icek A., (1991), bahwa teman sebaya merupakan salah satu bagian dari faktor norma subjektif karena teman sebaya mampu memberikan pengaruh dan tekanan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif. Hubungan teman sebaya yang tidak terkendali dapat meningkatkan perilaku yang negatif seperti dapat meningkatkan perilaku tidak terkontrol dalam melakukan pengelolaan keuangan (Li et al., 2019).

Hal ini relevan dan menguatkan hasil dari penelitian terdahulu oleh (Fajriyatul et al., 2023), menyatakan bahwa hasil penelitian pada variabel teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berpengaruh secara positif dan signifikan, yakni apabila lingkungan teman sebaya baik maka kemungkinan kecil perilaku konsumtif menurun dan sebaliknya apabila dampak yang diberikan pada teman sebaya itu buruk maka kemungkinan perilaku konsumtif akan naik. Selaras dengan penelitian ini (Hidayah & Bowo, 2018), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan secara signifikan pada variabel teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.

### ***Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif***

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil dalam penelitian ini yaitu variabel Literasi Keuangan (X2) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) dengan nilai t hitung 4,262 dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hipotesis kedua dinyatakan diterima dengan menggunakan uji t menggunakan *software* SPSS V.29 *for windows*. Sehingga semakin tinggi tinggi pengaruh dari literasi keuangan maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang terjadi pada peserta didik Akuntansi Keuangan Lembaga di SMK X.

Hasil penelitian ini relevan dengan *Theory of Planned Behavior* yang dicetuskan oleh Icek A., (1991), bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dalam pengelolaan keuangan, antara lain: pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *external locus of control*. Sehingga literasi keuangan mampu menjadi bagian dari sikap terhadap perilaku dan kontrol perilaku. Hal ini dikarenakan literasi keuangan merupakan suatu bentuk pemahaman, sikap, dan keterampilan seseorang dalam menyikapi pengelolaan keuangan. Pemahaman yang baik terhadap literasi keuangan mampu berdampak besar terhadap pengaruh seseorang bersikap konsumtif (Ritonga et al., 2021).

Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu menurut Prihatini et al. (2021), bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yakni peserta didik yang memiliki pemahaman literasi keuangan tinggi juga belum dapat menekan tingginya perilaku konsumtif. Karena tidak

adanya kontrol diri yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif. Selaras dengan penelitian ini, Febriana et al. (2023), juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, yakni peserta didik memiliki pemahaman baik terhadap literasi keuangan namun belum dapat menerapkannya sehingga tidak dapat mengendalikan perilaku konsumtif. Hal ini dapat disebabkan karena gencarnya diskon dan iklan hingga sikap yang tidak bisa terlepas dari perilaku konsumtif walaupun sudah memahami literasi keuangan secara baik.

#### ***Pengaruh Teman Sebaya dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif***

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil dalam penelitian ini yaitu variabel Teman Sebaya (X1) dan Literasi Keuangan (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) dengan nilai F hitung 29,950 dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis ketiga dinyatakan diterima dengan menggunakan uji F menggunakan *software* SPSS V.29 for windows. Selain itu, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,255 atau sebesar 25,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel Teman Sebaya (X1) dan Literasi Keuangan (X2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 25,5% dan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari penelitian ini.

Hasil penelitian ini relevan dengan *Theory of Planned Behavior* yang dicetuskan

oleh Ajzen tahun 1991, bahwa dalam teori tersebut terdapat tiga faktor antara lain sikap terhadap perilaku, faktor sosial yang meliputi norma subjektif, serta kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, variabel teman sebaya mewakili norma subjektif yaitu adanya persepsi seseorang yang dapat memberikan pengaruh dan tekanan untuk melakukan sesuatu. Sehingga teman sebaya memiliki pengaruh dalam melakukan perilaku konsumtif. Kemudian literasi keuangan mewakili sikap terhadap perilaku serta kontrol perilaku. Sehingga kebiasaan seseorang dalam melakukan pengelolaan yang baik, biasanya disertai dengan literasi keuangan yang baik pula. Namun apabila seseorang belum dapat menerapkan literasi keuangan yang baik dapat mempengaruhi pula sikap seseorang untuk berperilaku konsumtif.

Selaras dengan adanya penelitian terdahulu menurut Febriana et al. (2023), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dan terdapat pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian tersebut teman sebaya mampu memberikan pengaruh seperti gaya hidup hedonis terutama dalam melakukan pembelian barang-barang. Walaupun literasi keuangan yang dimiliki sudah baik, namun apabila peserta didik memiliki pengaruh yang kuat dari teman sebaya dan kurangnya kontrol diri maka dapat menyebabkan peserta didik berperilaku konsumtif. Hal ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bado et al.

(2022), bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dan variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian tersebut, menyatakan bahwa teman sebaya dapat membawa pengaruh hedonisme yang menyebabkan pengeluaran berlebihan. Selain itu, peningkatan literasi keuangan yang disertai dengan meningkatnya perilaku konsumtif menandakan bahwa seseorang tidak dapat menerapkan pemahaman literasi keuangan yang telah dipelajari sebelumnya.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Teman Sebaya (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) ditandai dengan hasil uji t yang telah dilakukan dengan nilai t hitung 4,058 dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Kemudian terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan hasil uji t yang telah dilakukan dengan nilai t hitung 4,262 dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Serta terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada variabel Teman Sebaya (X1) dan Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan hasil uji F yang telah dilakukan dengan nilai F hitung 29,950 dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga didapatkan hasil persamaan fungsi garis regresi berganda sebagai berikut :  $Y = 23,893 + 0,295 X1 + 0,590 X2$ .

Dengan demikian maka saran yang dapat diberikan adalah memberikan pembelajaran kepada peserta didik baik secara teori maupun praktik mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman, sikap, serta keterampilan peserta didik dalam melakukan pengelolaan keuangan. Selain itu, pihak sekolah juga mampu memberikan motivasi kepada peserta didik agar tidak salah dalam memilih pergaulan teman sebaya yang dapat memicu peserta didik semakin konsumtif dalam melakukan pembelian barang. Kemudian peneliti juga memberikan saran kepada peserta didik agar mampu mengontrol diri terhadap pembelian barang guna mengurangi perilaku konsumtif, mampu memberikan, serta menghindari pergaulan teman sebaya yang salah agar terhindar dari perilaku konsumtif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amara, S. H. D., & Zamzamy, A. (2023). Motivasi Konsumen Remaja Surabaya dalam Menggunakan Tiktok Live Video Shopping. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 901–914. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.3650>
- Arceo Gomez, E. O., & Villagomez, F. A. (2017). Financial literacy among Mexican high school teenagers. *International Review of Economics Education*, 24, 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.iree.2016.10.001>
- Asnawati, M. (2019). Dampak Modernisasi terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 8(2), 188–194. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/wahana/article/view/2389>

- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus of Control sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 15604–15623. <http://eprints.unm.ac.id/33576/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/33576/1/8843-Article-Text-16594-1-10-20230812.pdf>
- Fajriyatul, B., Yoga, H., & Astri, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya dan Disonansi Kognitif terhadap Perilaku Konsumtif (Survey pada Siswa SMA Negeri se-Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(3), 514–524. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/jekombital/article/view/466>
- Fauziah, & Naomi. (2022). Fenomena Belanja Online : Kasus Pengguna Fitur Shopee Paylater. *Indonesian Journal of Society Studies*, 2(2), 31–45. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/ijrs/article/download/30535/14035/>
- Febriana, H., Naelati, T., Wida, P., & Endratno Hermin. (2023). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student's Consumptive Behavior Febriana. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–14. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/7887>
- Gulati, S. (2017). Impact of Peer Pressure on Buying Behaviour. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 280–291. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v5.i6.2017.2027>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Icek, A. (1991). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 107–112. <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Master-8362-journal.pdf>
- Joey Paywala, R., Sunaryanto, S., & Utomo, S. H. (2022). Literasi Ekonomi, Rasionalitas Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *Jambura : Economic Education Journal*, 4(1), 16–22. <https://doi.org/10.37479/jeej.v4i1.11684>
- Khairunnisa, S. A., Rahman, M. C., Apriyanti, C., Putri, D. O., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Fondatia*, 6(1), 130–147. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v6i1.1711>
- Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (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), 1–8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/34/article/view/20432/18725>
- Li, X., Luo, X., Zheng, R., Jin, X., Mei, L., Xie, X., Gu, H., Hou, F., Liu, L., Luo, X., Meng, H., Zhang, J., & Song, R. (2019). The role of depressive symptoms, anxiety symptoms, and school functioning in the association between peer victimization and internet addiction: A moderated mediation model. *Journal of Affective Disorders*, 256, 125–131. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.05.080>
- Mukrimah, I., Syaichona, S., Bangkalan, C., Syaichona, S., & Bangkalan, C. (2023). Perilaku Konsumtif Gaya Hidup Santri Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Santri Amsilati Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Putri). *Journal of Economics and Islamic*, 1(2), 165–176. <https://journal.staisyaichona.ac.id/index.php/jeir/article/view/56>

- Murniatiningsih, E. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMP Negeri di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 5(1), 127. <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156>
- Natan, E., & Mahastanti, L. (2022). Analisis pengaruh Financial Literacy dan Locus of Control sebagai variabel moderating terhadap Management Behaviour. *Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2354–2363. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.985>
- Octaviani, C., & Kartasmita, S. (2017). Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kosmetik pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 126–133. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.948>
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (2014). *PISA 2012 results: Students and money: Financial literacy skills for the 21st century (Vol. VI)*. In: PISA. Paris: OECD. Diperoleh 25 Juni 2023, dari <https://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-volume-vi.pdf>.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (2017). *PISA 2015 results: Students' Financial Literacy (Vol. IV)*. In: PISA. Paris: OECD. Diperoleh 25 Juni 2023, dari <https://doi.org/10.1787/9789264270282-en>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional dan Inklusi Keuangan 2022*. Diperoleh 25 Juni 2023, dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survey-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2020.aspx>
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(1), 10–17. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1458/1327>
- Pohan, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruksi Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Prihatini, D., Irianto, A., Ekonomi, J. P., Ekonomi, F., & Padang, U. N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal EcoGen*, 4(1), 25–34. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Ritonga, M., Windari, F., Sihite, T. H., Al Ihsan, M. A., & Siregar, M. (2021). The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion and Consumptive Behavior on Student Interests in Using Financial Institution Products and Services. *Budapest International Research and Critics Institute*, 4(3), 4005–4013. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2168%0Ahttps://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/2168>
- Siaran Pers Bersama. (2021). *Ekonomi Digital Tumbuh Hingga Rp 4.500 Triliun di 2030, Pemerintah dan Asosiasi Sepakat Jaga Inklusi dan Dorong Literasi Keuangan Digital*. Diperoleh 25 Juni 2023, dari [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2332821.aspx#](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2332821.aspx#)
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. CV. Alfabeta.
- Susilaningsih, dkk. (2022). *Pendidikan literasi keuangan di sekolah*. UNS Press.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z?. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34>
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Konformitas Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset*

*Akuntansi dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>