

The Influence of the Use of Instagram Social Media, Lifestyle, Financial Attitude, and Ease of Digital Payment Facilities in Mobile Banking on Consumptive Behavior in Students During the Covid-19 Pand

Submission date: 12-Apr-2023 11:44AM (UTC+0700)
Submission ID: 2062267210
File name: 8.pdf (504.55K)
Word count: 5134
Character count: 32603

by Fityan Izza Noor Abidin

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM**Editor in Chief**

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Pahlevy, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

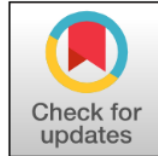
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

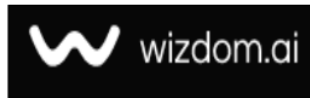
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

The Influence of the Use of Instagram Social Media, Lifestyle, Financial Attitude, and Ease of Digital Payment Facilities in Mobile Banking on Consumptive Behavior in Students During the Covid-19 Pandemic Through the Role of Financial Literacy as a Modera

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Gaya Hidup, Sikap Keuangan, dan Kemudahan Fasilitas Digital Payment pada Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Peran Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Choirunnisa Mutiara Trisuci, choirunnisatiara5@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Fityan Izza Noor Abidin, fityan_umsida@yahoo.co.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study discusses the Influence of Instagram, Lifestyle, Financial Attitude, and Ease of Mobile Banking on Consumptive Behavior Through the Role of Financial Literacy as a Moderating Variable. The existence of consumptive behavior experienced by students causes them to have a bad financial attitude in their consumption behavior and will affect their financial condition in the future if they do not improve their financial literacy. The purpose of this study is to determine whether financial literacy can influence students to reduce consumptive behavior. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The data analysis technique is SEM-PLS 3.0. The sampling technique used purposive sampling with a sample of 63 respondents. The results showed that Instagram had an effect on Consumptive Behavior, Lifestyle had an effect on consumptive behavior, Financial Attitude had an effect on consumptive behavior, Ease of mobile banking had no effect on Consumptive Behavior, Financial Literacy did not moderate Instagram on Consumptive Behavior, Financial Literacy moderated Lifestyle on Consumptive Behavior, Financial Literacy does not moderate Financial Attitude towards Consumptive Behavior, Financial Literacy does not moderate Ease of mobile banking on Consumptive Behavior.

Published date: 2022-08-31 00:00:00

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 (*Coronavirus Disease-19*) adalah virus yang pertama kali muncul di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada 31 Januari 2020 [1]. Virus tersebut telah menyebar luas keseluruh penjuru dunia termasuk Indonesia. Pemerintah berupaya memutus rantai penyebaran virus dengan mengeluarkan kebijakan PSBB. Dampak dari Covid-19 ini berdampak besar bagi kehidupan masyarakat, karena regulasi atau kebijakan yang dirumuskan oleh pemerintah tentunya memiliki pengaruh terhadap semua aspek. Hal ini berdampak signifikan pada perekonomian, bisnis dan pendidikan [2].

Jika ditinjau dari segi ekonomi, adanya pandemi ini menyebabkan pola perilaku konsumsi masyarakat berubah terutama dalam berbelanja *online*. Karena selain terhindar dari paparan virus juga dapat dilakukan di rumah. Sejalan dengan dunia industri yang memasuki era revolusi 4.0, membuat masyarakat mudah menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan terutama dalam berbelanja *online* [3]. Salah satu kegunaan internet yaitu untuk mengakses media sosial. Saat ini yang banyak dikunjungi oleh masyarakat khususnya generasi muda ialah instagram. Dikarenakan instagram yang multi fungsi sehingga banyak orang yang tertarik untuk menggunakan platform tersebut karena selain untuk mencari informasi terbaru, bersosialisasi atau melakukan komunikasi dua arah atau lebih, tetapi juga digunakan untuk pemasaran produk terkait transaksi jual beli [4].

Tetapi, maraknya *online shop* saat ini dikhawatirkan belanja dengan tidak memperhatikan aspek yang diperlukan dapat menjerumuskan dalam pola hidup yang konsumtif. Dikarenakan dikalangan generasi muda orientasinya mengarah pada kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan yang menyebabkan mengkonsumsi barang secara berlebihan [5]. Generasi muda itu adalah mahasiswa, mereka disebut dengan *Agent of change* karena dijamin sekarang mahasiswa lebih dekat dengan teknologi *digital* yang dapat mengaplikasikan teknologi tersebut dalam satu waktu dengan mudah guna mendukung aktivitas yang ada. Akan tetapi dalam hal berbelanja kondisi ini dapat menimbulkan masalah dimana mahasiswa dapat menjadi pribadi yang lebih konsumtif apabila tidak mempertimbangkan mana kebutuhan dengan kesenangan semata [6].

Kemudahan penggunaan dalam bertransaksi belanja online juga mendorong meningkatnya pola hidup konsumtif yaitu dengan munculnya *digital payment* [7]. Salah satu *digital payment* yang banyak digemari ialah *mobile banking*. Karena selain untuk mempermudah transaksi juga diperkuat dengan adanya *security system* berlapis sehingga keamanannya lebih terjamin daripada pembayaran tunai [8]. **Transaksi non tunai dimasa pandemi menjadi salah satu alternatif dalam bertransaksi guna mengurangi resiko terinfeksi virus melalui uang.** Adanya pandemi ini justru mendorong masyarakat untuk peka terhadap pengembangan teknologi terutama dalam digitalisasi pembayaran yang pada akhirnya mengakibatkan kecenderungan dalam memanfaatkan kemudahan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya.

Mahasiswa biasanya sangat mengikuti perkembangan teknologi, dan sangat menyukai hal-hal yang **be5**ifast dan simple, oleh karena itulah penggunaan *mobile banking* banyak diminati oleh kalangan mahasiswa. **Pembayaran tanpa kontak (*Contactless Payment*) menjadi himbauan yang dianjurkan oleh *World Health Organization* [9].** BPS telah melakukan Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19 dan salah satu hal yang dibahas adalah perilaku berbelanja online. Hasilnya, 9 dari 10 responden berbelanja online dan pola berbelanja masyarakat berubah selama pandemi COVID-19. Sebanyak 31% responden mengalami peningkatan dalam belanja online mereka, sedangkan hanya 28% dari mereka yang mengalami penurunan [10].

Perilaku konsumtif harus dihilangkan dari kehidupan mahasiswa, karena jika terus menerus dilakukan, lambat laun akan mempengaruhi kebiasaan dan menjadi gaya hidup baru yang lebih konsumtif apalagi sampai melakukan segala cara untuk memenuhi konsumsinya. Dengan gaya hidup yang tinggi dapat mempengaruhi bagaimana seseorang bersikap ketika dihadapkan dengan keputusan keuangan yang harus diambilnya. Apalagi mahasiswa seringkali mengalami masalah keuangan yang sampai dihadapkan pada *trade off*. *Trade off* itu sendiri merupakan situasi ketika seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya [11]. Dengan adanya literasi keuangan yang baik, mereka mampu mengendalikan keuangan mereka secara bijak agar pola konsumtif tidak menjadi masalah bagi mahasiswa dimasa depan.

Sikap individu terhadap keuangan merupakan komponen penting yang harus dimiliki mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki sikap keuangan yang baik akan lebih bijak dalam perilaku keuangannya dibandingkan dengan mahasiswa dengan sikap keuangan yang buruk [12]. Sikap terhadap keuangan merupakan masalah sulit yang dihadapi oleh mahasiswa saat ini. Untuk membentuk sikap keuangan yang baik dapat dilakukan dengan fokus pada perencanaan keuangan saat ini dan melihat masa lalu, agar dapat bertindak lebih positif dengan tidak mengulanginya dimasa sekarang, serta mulai memikirkan masa depan [13].

Hal ini tentunya membuat mahasiswa harus menyadari akan pentingnya literasi keuangan. Dengan adanya literasi keuangan yang baik dapat membantu individu agar terhindar dari kerugian finansial dan mencegah terjadinya pola hidup konsumtif dimasa depan. Untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa secara aktif harus lebih sering mengikuti seminar dan pelatihan keuangan dikampus maupun luar kampus agar memiliki peningkatan dalam pengetahuan keuangan, tanggung jawab dan sikap terhadap kredit sebelum dan sesudah mengikuti seminar. Serta meningkatkan pengetahuan tentang dasar keuangan, *saving*, investasi, dan kredit dengan mencoba mengimplikasinya menggunakan lembaga keuangan. Bertujuan untuk dapat mengelola uangnya dengan resiko

dan keuntungan yang diperoleh dimasa mendatang dari keputusan yang akan diambil.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Ramadhani, Rianti Hikmah (2019) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. Perbedaan dengan penelitian selanjutnya yaitu penambahan variabel moderasi, merubah variabel pembayaran digital, dan mengganti variabel bebas. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul " Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Gaya Hidup, Sikap Keuangan, dan Kemudahan Fasilitas *Digital Payment* pada *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Peran Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi".

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah media sosial instagram berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
3. Apakah sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
4. Apakah kemudahan penggunaan pada *mobile banking* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
5. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
6. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
7. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?
8. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo?

Metode Penelitian

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data utama diperoleh dari penyebaran kuisioner yang dibagikan secara *online*. Sedangkan data sekunder merupakan data penunjang yaitu jumlah mahasiswa angkatan 2017 diperoleh dari Direktorat Akademik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

D. Populasi Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Srata-1 jurusan Akuntansi angkatan tahun 2017 semester 8 Berjumlah 192 mahasiswa.

E. Sampel Penelitian

Sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 66 Responden dengan menggunakan Rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuisioner secara *online* melalui *Google Form* kepada responden yang telah memenuhi kriteria yaitu mahasiswa Akuntansi 2017 dengan menggunakan Skala Likert (1-5) dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

G. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang telah dijelaskan akan dilakukan tabulasi data menggunakan *Microsoft Excel*. Selanjutnya data tersebut akan dianalisis menggunakan program SmartPLS versi 3.0 melalui pendekatan *Structure Equation Modeling* (SEM) berbasis PLS. Pengujian yang akan digunakan adalah

outer model (meliputi uji validitas, uji reliabilitas) dan *inner model* (meliputi uji R^2 dan uji hipotesis melalui *bootstrapping* dengan melihat nilai koefisien jalur.

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Deskriptif Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut:

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Perempuan	43	60,6%
Laki-laki	23	39,4 %
Total	66	100 %

Table 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa 66 mahasiswa Akuntansi Angkatan 2017 yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 60,6% responden perempuan dan sisanya 39,4% responden laki-laki.

B. Uji Partial Least Square (PLS)

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan analisis dengan bantuan SmartPLS 3.0. berikut hasil pengujiannya:

a. Convergent Validity

Convergent validity dilakukan dengan melihat *item reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. Apabila nilainya $> 0,70$ maka dinyatakan valid.

Supplementary Files

Gambar 1. Hasil Nilai Loading Factor

Berdasarkan tabel 2 diatas, masingmasing item pernyataan mempunyai nilai *loading factor* lebih dari 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut valid.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity dilakukan dengan membandingkan nilai AVE dengan korelasi antar konstruk. Nilai AVE dinyatakan memenuhi syarat apabila $> 0,5$.

Variabel	AVE
Media Sosial Instagram (X1)	0.715
Gaya Hidup (X2)	0.698
Sikap Keuangan (X3)	0.772
Kemudahan Mobile Banking (X4)	0.836
Literasi Keuangan (Z)	0.604
Perilaku Konsumtif (Y)	0.604

Table 2. Nilai AVE (Average Variance Extracted)

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai AVE dari setiap konstruk lebih dari 0,5. Dengan demikian dinyatakan bahwa konstruk ini memenuhi uji *discriminant validity*.

c. Hasil Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Data yang memiliki nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's Alpha* $> 0,7$ dinyatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi.

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Media Sosial Instagram (X1)	0.799	0.882	Reliabel

Gaya Hidup (X2)	0.852	0.902	Reliabel
Sikap Keuangan (X3)	0.853	0.911	Reliabel
Kemudahan Mobile Banking (X4)	0.978	0.981	Reliabel
Literasi Keuangan (Z)	0.895	0.914	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.917	0.932	Reliabel
Z->X1->Y	1.000	1.000	Reliabel
Z->X2->Y	1.000	1.000	Reliabel
Z->X3->Y	1.000	1.000	Reliabel
Z->X4->Y	1.000	1.000	Reliabel

Table 3. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan nilai *cronbach's Alpha* dan *composite reliability* untuk semua konstruk berada diatas nilai 0,7. Nilai *composite reliability* jugalah tinggi untuk semua konstruk dibandingkan dengan nilai *cronbach's Alpha*. Hal ini memperkuat penelitian bahwa semua konstruk memenuhi uji reliabilitas.

2. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Setelah pengujian *outer model* yang telah terpenuhi, berikutnya dilakukan pengujian *inner model*.

a. R-Square (R²)

Nilai *R-square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R-square* maka semakin baik model penelitian.

Variabel	R-Square (R ²)
Perilaku Konsumtif	0,711

Table 4.

Berdasarkan tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa variabel media sosial instagram, gaya hidup, sikap keuangan, dan kemudahan *mobile banking* secara simultan mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 71,1%, dan sisanya 28,9% dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian yang tidak dihipotesiskan dalam penelitian ini.

b. Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules Of Thumb* pada penelitian ini adalah 66 sampel dengan tingkat sig 5%, maka nilai T-tabel sebesar 1.668 , nilai P-value 0,05 dan koef beta bernilai positif.

Supplementary Files

Gambar 2.

Hasil Output PLS Bootstrapping

Berdasarkan gambar 1 diatas merupakan hasil *output* dari uji hipotesis melalui *bootstrapping*. Dibawah ini merupakan hasil koefisien jalur dari pengujian PLS *bootstrapping* sebagai berikut:

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T-Statistik (IO/STDEVI)	P Values
X1->Y	0.299	0.320	0.086	3.477	0.000
X2->Y	0.502	0.498	0.102	4.915	0.000
X3->Y	0.153	0.157	0.086	1.775	0.038
X4->Y	-0.031	-0.013	0.108	0.288	0.387
Z->Y	0.077	0.062	0.119	0.643	0.260
Z->X1->Y	0.012	-0.000	0.100	0.118	0.453
Z->X2->Y	0.220	0.199	0.126	1.743	0.041
Z->X3->Y	-0.114	-0.108	0.113	1.008	0.157
Z->X4->Y	-0,061	-0,024	0.116	0.526	0.299

Table 5. Nilai Path Coefficients

Berdasarkan tabel 6 diatas, menunjukkan bahwa Instagram, Gaya Hidup, dan Sikap Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Tetapi, Kemudahan *Mobile Banking* tidak berpengaruh. Selanjutnya, Literasi Keuangan tidak memoderasi hubungan penggunaan Instagram, Sikap Keuangan, dan Kemudahan *Mobile Banking*. Tetapi memoderasi Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat dijelaskan dengan uji hipotesis dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa Instagram berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,299, t-statistik > t-tabel sebesar 3.477 > 1668, dan p-value sebesar 0.00, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Ela Utami (2019), yaitu Instagram berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar intensitas penggunaan Instagram akan meningkatkan perilaku konsumtif seseorang. Penggunaan Instagram dapat menimbulkan kegelisahan tersendiri dikalangan mahasiswa dengan berbelanja diplatform tersebut dan menjadi jembatan dalam mengekspresikan diri sehingga mereka akan dimanjakan dengan adanya produksi barang-barang yang memenuhi selera serta meningkatkan rasa percaya diri dilingkungan yang setara.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,502, t-statistik > t-tabel sebesar 4.915 > 1668, dan p-value sebesar 0.000, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Rianti (2019) yaitu gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini membuktikan semakin tinggi gaya hidup yang ditunjukkan seseorang, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Gaya hidup dikalangan generasi muda telah mengalami perubahan dan cenderung berlebihan (mewah) dengan seiring berkembangnya teknologi informasi seperti berbelanja online, jalan-jalan ketempat yang viral, dan menghabiskan uang untuk mengisi waktu luang.

3. Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,153, t-statistik > t-tabel sebesar 1.775 > 1668, dan p-value sebesar 0.038, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hasil tersebut sejalan dengan Dyah dan Sri (2018) yaitu sikap keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini membuktikan mahasiswa yang memiliki sikap keuangan yang buruk lebih cenderung mempresepsikan uang sebagai alat untuk memenuhi segala keinginan yang dimiliki, serta otomatis akan menimbulkan keinginan untuk membelanjakan uangnya dan tidak memikirkan rencana masa depan.

4. Pengaruh Kemudahan penggunaan *Mobile banking* Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa kemudahan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta yaitu sebesar -0,031, t-statistik < t-tabel sebesar 0,643 < 1668 dan p-value sebesar 0,260. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik tidak signifikan karena diketahui nilai t-tabel lebih besar dan p-value > 0,05, sehingga hipotesis keempat ditolak. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Nurdin, dkk. (2021) yang menyatakan kemudahan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* tidak menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Dikarenakan besar kecilnya saldo dan besarnya biaya admin setiap kali melakukan transaksi menjadi pertimbangan dalam mengeluarkan uang untuk melakukan pembayaran online. Bisa jadi mereka lebih menyukai pembayaran melalui COD (*Cash On Delivery*).

5. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memoderasi pengaruh Instagram terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,012, t-statistik < t-tabel sebesar 0,118 < 1668, dan p-value sebesar 0,453. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik tidak signifikan, karena diketahui nilai t-tabel lebih besar dan p-value > 0,05, sehingga hipotesis kelima ditolak. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh Ramsay dan Capuano, 2011 (dalam Ari dan Rikah, 2020) yang menunjukkan generasi milenial yang melek finansial lebih cenderung kontrol atau bijak terhadap situasi keuangannya yang tercermin dari perilaku pembelian online dan pengeluaran mereka serta akan meminimalkan resiko keuangan dan konsekuensi yang merugikan. Dalam penelitian ini literasi keuangan tidak memoderasi hubungan Instagram terhadap perilaku konsumtif. Disebabkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa tidak dapat mempengaruhi dalam hal penggunaan media.

6. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil uji hipotesis keenam menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memoderasi pengaruh Gaya Hidup terhadap

4 perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta 0,220, t-statistik > t-tabel sebesar 1,743 > 1668, dan p-value sebesar 0,041. Sehingga, hipotesis keenam diterima. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian Ana Nailu Himati (2019) yang menyatakan literasi keuangan tidak memoderasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Setelah diuji kembali ternyata mendapat hasil bahwa literasi keuangan memoderasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Jadi, untuk menghindari gaya hidup konsumtif dapat dicegah salah satunya dengan meningkatkan literasi keuangan.

7. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil uji hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memoderasi pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,114, t-statistik < t-tabel sebesar 1,008 < 1668, dan p-value sebesar 0,157. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik tidak signifikan, karena diketahui nilai t-tabel lebih besar dan p-value > 0,05, sehingga hipotesis ketujuh ditolak. Hal tersebut sejalan dengan Erna Sulistyarni (2019) yaitu literasi keuangan tidak memoderasi sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Penelitian tersebut membahas tentang perilaku konsumtif mahasiswa yang boros terhadap uang saku mereka. Terkadang walaupun seseorang memiliki literasi keuangan yang baik tetapi jika didalam diri mereka tidak menerapkan disiplin diri seperti memilah-milah apa yang ingin dibeli, mengesampingkan kebutuhan demi keinginan semata, tidak adanya perencanaan keuangan terhadap pembelian maka semua itu akan sia-sia yang akan berpengaruh pada sikap keuangan yang buruk. Jika tidak dirubah mulai sekarang akan berdampak pada keuangan masa depan.

8. Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi pengaruh Kemudahan penggunaan Mobile banking Terhadap Perilaku konsumtif

Hasil uji hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memoderasi pengaruh Kemudahan Mobile banking terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil menunjukkan nilai koefisien beta -0,061, t-statistik < t-tabel sebesar 0,526 < 1668, dan p-value sebesar 0,299. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik tidak signifikan, karena diketahui nilai t-tabel lebih besar, dan p-value > 0,05, sehingga hipotesis kedelapan ditolak. Hal tersebut tidak sejalan dengan Cohen & Nelson (dalam Khusnul dan Yuyun, 2019) yaitu seseorang yang kurang mengenal produk dan layanan keuangan akan sulit untuk mengadopsi mobile banking, ketika seseorang beralih dari perbankan tradisional ke mobile banking diperlukan literasi keuangan, karena adanya perubahan perilaku serta sikap dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini literasi keuangan tidak memoderasi hubungan kemudahan mobile banking terhadap perilaku konsumtif. Walaupun seseorang memiliki literasi keuangan yang baik tetapi sikap dalam pengambilan keputusan buruk tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu seperti Top Up untuk membeli barang yang tidak begitu berguna, tidak mengalihkan uangnya untuk berinvestasi, maka dapat menjerumuskan kedalam perilaku konsumtif.

2 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan yaitu Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa variabel Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa Sikap Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa variabel Kemudahan penggunaan mobile banking tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil pengujian hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memoderasi pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku konsumtif. Hasil pengujian hipotesis keenam (H6) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memoderasi pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku konsumtif. Hasil pengujian hipotesis ketujuh (H7) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memoderasi pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku konsumtif. Hasil pengujian hipotesis kedelapan (H8) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak memoderasi pengaruh Kemudahan penggunaan mobile banking Terhadap Perilaku konsumtif. Pada penelitian ini terdapat 2 jenis moderasi. Pada moderasi efek 1,3, dan 4 disebut dengan Potensial Moderasi. Sedangkan, pada moderasi efek2 disebut dengan Pure Moderasi.

References

1. EMA Partners, "Global Survey on the impact of the COVID-19 pandemic on Business and HR Processes," Vol. 22, no. 01, pp. 21-32, 2020.
2. H. Antara, K. Diri, D. K. Agresi, V. Pada, R. Pengguna, and M. S. Instagram, "Socio Humanus," Vol. 3, no. 1, pp. 43-52, 2021.
3. A. N. Himatia, "Peran Literasi Keuangan Dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Siswa Kelas XI IPS SMA N 1 Kendal)," pp. 1-134, 2019.
4. K. W. Pramesti, "Jurusan pendidikan ekonomi fakultas ekonomi universitas negeri semarang 2019," p. 74, 2019.

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 16 (2022): August

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.781>

Article type: (Finance Management)

5. L. Amaliya, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa, vol. 6, no. 3. 2017.
6. M. S. Ubaidillah, "Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Sikap Keuangan Dan Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi," Perpust. Univ. Airlangga, 2019, [Online]. Available: <http://repository.unair.ac.id/88317/>.
7. A. Syariah and D. I. Iain, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi," p. 16, 2020.
8. L. Syifa, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta," p. 138, 2019.
9. D. Haryati, "Fenomena Cashless Society Pada Generasi Milenial dalam Menghadapi COVID-19," Bus. Innov. Entrep. J., vol. 3, no. 1, pp. 32-37, 2021, doi: 10.35899/biej.v3i1.202.
10. A. Jeklin, "Gaya Hidup dan Status Sosial Dalam Meningkatkan Perilaku Konsumtif Belanja Online Dimasa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswi Tingkat IV Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)," no. July, pp. 1-23, 2016.
11. R. H. Ramadhani, "Pengaruh Literasi Keuangan , Electronic Money , Gaya Hidup , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," Repos. Institusi USU, Universitas Sumatera Utara, p. 114, 2019.
12. I. Herdjiono and L. A. Damanik, "Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior," J. Manaj. Teor. dan Ter. J. Theory Appl. Manag., vol. 9, no. 3, pp. 226-241, 2016, doi: 10.20473/jmtt.v9i3.3077.
13. S. Widyaningrum and S. L. Kurniawati, "Pengaruh Sikap Keuangan, Pengetahuan Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga Di Sidoarjo," STIE Perbanas, no. 45, p. 39, 2018.

The Influence of the Use of Instagram Social Media, Lifestyle, Financial Attitude, and Ease of Digital Payment Facilities in Mobile Banking on Consumptive Behavior in Students During the Covid-19 Pand

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.grnjournals.us Internet Source	7%
2	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	3%
3	journals.nupp.edu.ua Internet Source	2%
4	distribusi.unram.ac.id Internet Source	2%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On