

Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Peserta Didik SMA Negeri 2 Siak Hulu

Hanifah Fairuz¹ Sumarno² Brilliant Asmit³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2,3}

Email: hanifah.fairuz3577@student.unri.ac.id¹ sumarno.s@lecturer.unri.ac.id²
brilliant.asmit@lecturer.unri.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas XI IPS SMA Negeri 2 Siak Hulu dengan jumlah 210 peserta didik. Sampel penelitian ini berjumlah 138 peserta didik dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket yang berisi tes dan kuesioner yang dibagikan melalui google form dan data yang dikumpulkan kemudian ditabulasikan dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji signifikan parsial dan uji simultan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh Literasi ekonomi berpengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu, Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu, Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Perilaku *Impulse Buying*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini membawa pengaruh yang sangat besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Sebagai contohnya di bidang ekonomi, teknologi dan industri. Maka dari itu masyarakat akan dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Masyarakat tidak akan merasakan kesusahan dalam membeli atau mendapatkan produk yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat produksi dan peredaran produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat (Anggraini & Santhoso, 2019). Sikap individu terhadap pembelian dan pemenuhan kebutuhan didorong karena sebuah keinginan individu yang sebenarnya kurang berguna. Hal ini ditandai dengan perkembangan zaman yang meliputi trend, gengsi, dan prestise maupun alasan lainnya yang melatar belakungnya. Setiap individu mengetahui namun tetap saja melakukannya karena demi pembuktian jati diri terhadap orang lain. Ansar berpendapat bahwa kebutuhan adalah sesuatu barang dan jasa yang seharusnya dapat terpenuhi secara layak dalam kehidupan manusia, seperti kebutuhan primer (sandang, pangan dan perumahan) atau kebutuhan sekunder dan tersier lainnya yang sangat menentukan aktivitas seseorang atau kelompok dalam mencapai tujuannya. Maka dengan begitu manusia pasti melakukan aktivitas ekonomi dan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

Dampak dari adanya globalisasi perekonomian salah satunya terjadi pergeseran perilaku konsumsi masyarakat yang mengarah pada pembentukan perilaku konsumtif. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2023 mencatat, untuk kontribusi rumah tangga mengalami kenaikan sebesar 4,88 persen. Hal ini wajar karena akses di daerah Riau lebih terjangkau. Perkembangan industri yang pesat membuat penyediaan barang kebutuhan

masyarakat melimpah. Dengan begitu masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang dengan banyak pilihan yang ada (Riyadi, 2017). Aktivitas ekonomi adalah pemenuhan kebutuhan (needs) dan keinginan (wants) manusia melalui kegiatan investasi, produksi dan distribusi barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen dan produsen, melalui mekanisme transaksi atau pertukaran dimana masing-masing pihak mendapat kepuasan (Ansar, 2017).

Menurut Sumartono perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda (Haryani & Herwanto, 2015). Hal ini sejalan dengan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memberikan batasan mengenai perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi tanpa memiliki batasan, serta lebih mengedepankan faktor keinginan daripada kebutuhan (Anggraini & Santhoso, 2019). Terkait dengan perilaku *impulse buying*, pembelian ini merupakan salah satu perilaku konsumtif yang biasanya terjadi pada saat konsumen mengunjungi tempat belanja baik online maupun offline. Pembelian impuls/pembelian spontan yakni pembelian yang tidak direncanakan, disebabkan oleh ekspose dari stimulus yang menghasilkan reaksi emosional dari pelaku dan diputuskan langsung dan segera di lokasi belanja (Sari, 2014). Kondisi ini sangat menarik untuk dikaji mendalam dikarenakan saat peserta didik berada pada kondisi yang rasional, peserta didik sebenarnya menyadari bahwa pembelian yang dilakukannya bukan prioritas utama dan tidak terlalu diperlukan, akan tetapi hal ini sering terjadi dan terus berulang melakukan *impulse buying*.

Menurut *National Council Economic Education (NCEE)*, literasi ekonomi adalah pengetahuan dasar ekonomi yang memberikan alat kepada individu-individu untuk dapat memahami perekonomian dunia dan mengartikan peristiwa-peristiwa sebagai dampak secara langsung maupun tidak langsung (Aisyah et al., 2014). Literasi ekonomi sangatlah diperlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang dibahas. Peserta didik yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan kebutuhan mendesak yang sewaktu-waktu bisa terjadi akan lebih selektif dalam melakukan perilaku *impulse buying*. Jika literasi ekonomi peserta didik rendah maka semakin tinggi pula perilaku *impulse buying* yang dilakukannya. Menurut teori Kotler faktor yang mempengaruhi konsumen salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup sering kali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini seseorang. Kegiatan minat dan opini seseorang memperlihatkan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, bagaimana seseorang menggunakan uangnya dan apa yang menjadi ketertarikan seseorang. Sedangkan menurut Engel *et al.*, (dalam Rosidah & Prakoso, 2021) faktor yang mendorong terbentuknya perilaku impulsif saat melakukan pembelian ialah adanya faktor internal serta eksternal. Menurutnya, faktor internal yang mempunyai peran membentuk perilaku pembelian impulsif terdiri atas pengetahuan, latar belakang dorongan, kepribadian, kepercayaan, usia, sumberdaya konsumen dan gaya hidup. Lalu faktor eksternal terdiri dari keadaan, kelompok serta budaya.

Oleh sebab itu peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui kecenderungan perilaku *impulse buying* pada peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu dan juga pengaruh lokasi yang berdekatan dengan beberapa pusat perbelanjaan yang ada di kota pekanbaru. Penelitian ini dituangkan dalam bentuk skripsi berjudul "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Peserta Didik SMA Negeri 2 Siak Hulu". Berdasarkan pemikiran tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. 1) Literasi ekonomi berpengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. 2) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan

terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. 3) Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara objektif dengan menggunakan angket, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampihan dan hasilnya. Sampel dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas XI IPS SMA Negeri 2 Siak Hulu sebanyak 138 peserta didik yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode tes dan kuesioner, tes digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan variabel penelitian literasi ekonomi (X1), kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan variabel penelitian yang terdiri dari gaya hidup dan perilaku *impulse buying*. Pengumpulan data menggunakan angket disusun dengan menggunakan penskalaan model likert 5 point yakni, selalu (S), sering (SR), kadang-kadang (KK), dan tidak pernah (TP). Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif, Uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t, dan uji f) dan koefisien determinasi R².

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel 138 peserta didik untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu, digunakan angket yang berisi tes dan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data untuk variabel X dan Y. Hasil analisis statistik deskriptif dimaksud untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh hasil untuk masing-masing variabel yang digolongkan kedalam 5 kategori sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah, sangat rendah sebagai berikut.

1. Variabel Literasi Ekonomi berada kategori sangat tinggi, yakni dengan nilai interval skor 0—20 dengan persentase sebesar 69% atau sebanyak 95 peserta didik.
2. Variabel Gaya Hidup berada pada kategori sering, yakni dengan nilai interval 40,9—50,4 dengan persentase sebesar 61% atau sebanyak 84 peserta didik.
3. Variabel Perilaku *Impulse Buying* berada pada kategori sering, yakni dengan persentase sebesar 59% atau sebanyak 82 peserta didik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari uji normalitas data menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Asymp. Sig yang lebih dari 0.05. Hasil dari uji normalitas ditunjukkan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Test Statistic	Asymp. Sig	Keterangan
Unstandardized Residual	0,141	0,056	Normal

Berdasarkan tabel 1 hasil pengelolaan menggunakan uji Normalitas diperoleh nilai Test Statistic 0,141 dan Asymp. Sig 0,056. Karena nilai Asymp. Sig 0,056 lebih besar dari alpha 0.05. dengan demikian distribusi data dari masing-masing variabel berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linier atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari uji linearitas data menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Asymp. Sig yang lebih dari 0,05. Hasil dari uji linearitas ditunjukkan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Pengujian Linearitas

Variabel	Asymp. Sig	Keterangan
Literasi Ekonomi	0,274	Linier
Gaya Hidup	0,201	Linier

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 2 hasil pengolahan menggunakan uji linearitas, diketahui pada tabel anova sig. dari *Deviation from Linearity* pada literasi ekonomi sebesar 0,274 dan pada gaya hidup sebesar 0,201 artinya nilai ini lebih besar dari pada 0,05, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap *perilaku impulse buying* adalah signifikan linier.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Ekonomi	0,986	1,014	Bebas Multikolinearitas
Gaya Hidup	0,986	1,014	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai variance inflation factor (VIF) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu literasi ekonomi memiliki VIF sebesar 1.014 dan gaya hidup memiliki VIF sebesar 1.014. Sedangkan pada nilai tolerance variabel literasi ekonomi lebih besar dari 0,1 yaitu 0.986 dan gaya hidup lebih besar dari 0,1 yaitu 0.986. Dari ketentuan yang telah disebutkan, telah diketahui nilai VIF dan tolerance masing-masing variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 4. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Asymp. Sig	Keterangan
Literasi Ekonomi	0,748	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Gaya Hidup	0,110	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai sig dari variabel literasi ekonomi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,748, gaya hidup lebih besar dari 0,05 yaitu 0,110. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian menggunakan analisis regresi linear Berganda digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama antara variabel literasi Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku *Impulse Buying* (Y). Hasil penelitian diperoleh dengan menggunakan program SPSS 22. Berikut ini disajikan rekapitulasi hasil regresi linier berganda.

Tabel 5.

Variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R-square
Constanta	6.606		.000	
Literasi Ekonomi	-.721	.000	.000	.504
Gaya Hidup	.817		.000	

Dari hasil tersebut diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 6,606 + -0,721 X1 + 0,817 X2 + e$ Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan Konstanta sebesar 6,606 menunjukkan apabila literasi ekonomi dan gaya hidup sama dengan nol maka perilaku *impulse buying* sebesar 6,606. Koefisien regresi variabel literasi ekonomi (X1) sebesar -0,721 artinya jika variabel independen nilainya konstan dan literasi ekonomi mengalami kenaikan 1 satuan maka perilaku *impulse buying* mengalami penurunan sebesar 0,721. Koefisien bernilai negatif. Artinya jika variabel bebas lainnya tetap dan literasi ekonomi meningkat atau menurun maka perilaku *impulse buying* tidak akan berubah dalam penelitian ini. Koefisien regresi variabel gaya hidup (X2) sebesar 0,817 artinya jika variabel independen nilainya konstan dan gaya hidup mengalami kenaikan 1 satuan maka perilaku *impulse buying* mengalami kenaikan 0,857. Koefisien bernilai positif. Artinya terjadi hubungan positif antara gaya hidup dan perilaku *impulse buying* peserta didik.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen yaitu literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif melalui online shop peserta didik, apakah signifikan atau tidak. Dengan kriteria Jika nilai signifikansi lebih besar dari α (0.5 =5%) maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), sebaliknya Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α (0.5 =5%) maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hasil pengujian menggunakan program SPSS 22. literasi ekonomi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih rendah dari α 0,05. Hasil tersebut menjelaskan bahwa literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *impulse buying*. Hasil ini menerima dari hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik pada peserta didik kelas XI IPS. Gaya hidup menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari α 0,05. Hasil tersebut menjelaskan gaya hidup berpengaruh terhadap *impulse buying*. Hasil ini menerima dari hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik pada peserta didik kelas XI IPS.

Uji Simultan (uji F)

Uji Hipotesis secara simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. Dengan membandingkan nilai Ftabel < Fhitung atau nilai

probabilitas lebih besar dibandingkan 0,05 maka Hipotesis ditolak. Sedangkan jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka Hipotesis diterima. Hasil probabilitas F-statistik adalah sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05 artinya dapat disimpulkan variabel literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel Perilaku *impulse buying*. Maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh literasi ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) Perilaku *impulse buying* (Y) pada peserta didik kelas XI IPS.

Uji Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinan dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan bantuan SPSS 22, Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi besarnya nilai R square dalam model regresi diperoleh sebesar 0,504. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat menerangkan variabel dari perilaku *impulse buying* sebesar 50,4%, sedangkan sisanya sebesar 49,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Literasi ekonomi berpengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah literasi ekonomi peserta didik maka semakin tinggi perilaku *impulse buying* yang dilakukannya, begitupun sebaliknya semakin tinggi literasi ekonomi peserta didik maka semakin rendah perilaku *impulse buying* yang dilakukannya. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat bermewah-mewahan gaya hidup peserta didik akan meningkatkan perilaku *impulse buying*. Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulse buying* peserta didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. Hal ini menunjukkan semakin rendah tingkat literasi ekonomi, semakin mewah gaya hidup maka akan semakin tinggi pula perilaku *impulse buying*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I. I. S., & Indonesia, U. P. (2014). Terhadap Literasi Ekonomi (Studi Pada Masyarakat di Desa Cijaku , Kecamatan Cijaku , Kabupaten Lebak-Banten).
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131.
- Ansar. (2017). Teori Ekonomi Mikro. IPB Press
- Astuti, Endang Dwi. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *EJournal Psikologi*, 1.
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*. 1(2), 92-101
- Caska, Hendrawati, H., & Indrawati, H. (2020). The Influence Of Economic Literacy And Lifestyle On Consumptive Behavior Of Economic Education Students Fkip Riau University. *JOM FKIP-UR*, 7(3), 1-15.
- Hadiman, P. E. G. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2-3.
- Herukalpiko, D. K. D., Prihatini, A. E., & Widayanto. (2013). Pengaruh Kebijakan Harga, Atmosfer Toko dan Pelayanan Toko Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen

- Robinson Department Store Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic Of Science*, 3(1), 1–9.
- Juliana, Maria, U., & Husni, S., (2013). Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(3).
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Jurnal Of Consumer Psychology*, 12(2), 163– 176.
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksh*,
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 3. Jakarta: Erlangga.
- Kotte, D., & Ralf, W. (1995). Change and Challenge: Assessing Economic Literacy. Reflections on educational achievement. *Papers in Honor of T. Neville Postletwait*. Waxmann, Munster, 159-168 *Technical University Dresden School of Economics*.
- Ma'ruf, B. (2006). *Manajemen Ritel*. Yogyakarta: ANDI OFFSET
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 143.
- Noneng, S. T., Inanna, Hasan, M., & Dinar, M. (2020). Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif melalui online shop pada peserta didik kelas x jurusan ips sma negeri 8 makassar. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, 02(20), 94-104.
- Nuraeni. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Nurhaidah., & Musa, M. I. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, 3(3), 1-14
- Pandey, C. & Bhattacharya. (2012). Economic Literacy of Senior Secondary School Teachers: A Field Study. *Journal of All India Association for Educational Research*. 24(1).
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98.
- Putri, Y. T., & Edwar, M. (2015). Pengaruh Bonus Pack dan Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Giant Hypermaket Diponegoro Surabaya. *Jurnal pendidikan tata niaga*, 3(2), 1-7.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsif Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305.
- Rosidah, A., & Prakoso, A. F. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275-287.
- Sari, A. E. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 13(1), 55–73.
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media: Jakarta
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syahza, A. (2021). Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021). Unri Press.
- Tania, V. (2010). Perilaku Pembelian Impulsif Produk Pakaian Masyarakat Urban di Kota Jakarta dan Bandung. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2),
- Umar, H. (2002). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. (2010). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta: Salemba Empat.
- Waseza, R. (2016). Pengaruh Peran Orang Tua, Gaya Hidup, Konsep Diri, dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X IIS dan XI IIS di SMA Negeri 5 Semarang Tahun Pelajaran 2015/ 2016. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1), 1–12
- Wulandari, F., Hari, W., & Agung, H. (2016). Pengaruh Perhatian Orang Tua, Respon pada Iklan, Intensitas Pergaulan Teman Sebaya, dan Pemahaman Siswa terhadap Mata Pelajaran Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas VII SMPN 2 Nglegok Kabupaten Blitar Tahun Ajaran 2015/2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 116-123.