

Hubungan Antara Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa

Wulan Faiha Muthi¹ Amanda Hanifah² Putri Novita Sari Hutagalung³ Fadjarya Afifah⁴
Jenneri Arbinto Toraja Sitepu⁵ Devita Daniati Sinaga⁶ Chalerina Oktaviani Simorangkir⁷
Mawar Eliana Hutasoit⁸ Dwi Fide Christanti Purba⁹ Lucia Natalia Sitanggang¹⁰ Surta
Tiodora Silaban¹¹ Nurlila Pulungan¹² Silvia Mariah Handayani¹³ Sitti Subaedah¹⁴
Universitas Negeri Medan, Indonesia¹⁻¹⁴
Email: wulanmuthi532@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif mahasiswa di Sumatera Utara. Gaya hidup konsumtif yang ditandai pembelian impulsif dan mengikuti tren semakin meningkat di kalangan mahasiswa, sementara tingkat literasi keuangan masih relatif rendah. Penelitian kuantitatif korelasional ini menggunakan data kuesioner dari 47 responden mahasiswa. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan koefisien 0,724 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Temuan ini membuktikan adanya hubungan negatif yang kuat dan signifikan, artinya semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin rendah kecenderungan gaya hidup konsumtifnya. Penelitian menyimpulkan bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai faktor protektif terhadap perilaku konsumtif, sehingga diperlukan penguatan edukasi keuangan di lingkungan kampus.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, Mahasiswa



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

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dan teknologi di zaman globalisasi telah mengubah cara konsumsi masyarakat secara signifikan, termasuk di kalangan mahasiswa. Gaya hidup konsumtif, yang terlihat dari kebiasaan membeli yang berlebihan, lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan, dan cenderung mengikuti tren, semakin meningkat di kalangan mahasiswa. Sebagai bagian dari generasi muda yang terampil dalam teknologi, mahasiswa sangat dipengaruhi oleh gelombang informasi iklan yang besar melalui media sosial dan platform jual beli online. Tawaran produk, potongan harga, dan kemudahan dalam cara pembayaran (seperti paylater atau kartu kredit) secara tidak langsung merangsang perilaku belanja yang impulsif. Mahasiswa merupakan kelompok usia produktif yang berada pada fase transisi penting dari ketergantungan menuju kemandirian, termasuk dalam pengelolaan keuangan pribadi. Pada tahap ini, mahasiswa mulai dihadapkan pada tanggung jawab finansial yang lebih besar, seperti mengatur uang saku, membiayai kebutuhan akademik dan sosial, serta mengambil keputusan konsumsi secara mandiri. Kemampuan mengelola keuangan menjadi kompetensi esensial karena berpengaruh tidak hanya terhadap kesejahteraan ekonomi jangka pendek, tetapi juga terhadap stabilitas keuangan di masa depan (Lusardi & Mitchell, 2023).

Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa masih relatif rendah. Literasi keuangan yang rendah membuat individu kurang mampu memahami konsep dasar keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, dan pengambilan keputusan konsumsi yang rasional. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) melaporkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 50,68%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat, termasuk mahasiswa, belum memiliki pemahaman keuangan yang memadai. Temuan serupa oleh Arrezqi (2024) menunjukkan bahwa pola hidup dan pemahaman finansial memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang mengadopsi gaya hidup hedonis dan materialistik, serta memiliki

pengetahuan keuangan yang minim, lebih mudah terpengaruh untuk melakukan tindakan konsumtif.

Rendahnya literasi keuangan menjadi semakin problematis di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Kemunculan e-commerce, sistem pembayaran digital, dan layanan *paylater* memberikan kemudahan akses konsumsi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Mahasiswa dapat melakukan transaksi secara instan tanpa perlu mempertimbangkan kondisi keuangan secara mendalam. Penelitian menunjukkan bahwa transisi ke pembayaran digital telah mendorong pembelian yang lebih sering dan impulsif di antara konsumen, terutama menguntungkan kelompok usia yang lebih muda, karena kenyamanan dompet seluler dan perbankan online, meningkatkan perilaku konsumtif. Selain faktor teknologi, media sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa (Kumar, 2025). Platform media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang konstruksi identitas sosial dan gaya hidup. Paparan terhadap influencer, iklan terselubung, dan konten gaya hidup mewah mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren konsumsi tertentu demi memperoleh pengakuan sosial (Ramadhany, 2025). Akibatnya, keputusan pembelian sering kali didorong oleh keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, bukan berdasarkan kebutuhan nyata.

Fenomena tersebut tercermin dalam meningkatnya gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa. Gaya hidup konsumtif ditandai oleh kecenderungan membeli barang dan jasa nonesensial, perilaku belanja impulsif, serta prioritas pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan (Engel, Blackwell, & Miniard, 2020). Siswa dengan gaya hidup konsumtif sering menghadapi tekanan keuangan, karena pengeluaran mereka untuk kebutuhan primer dan pilihan gaya hidup dapat melebihi pendapatan terbatas mereka (Harnas, 2025). Perilaku ini memperburuk ketidakstabilan ekonomi dan menghambat kemampuan mereka untuk menabung, meningkatkan kerentanan terhadap tekanan keuangan. Tingkat literasi keuangan di Indonesia, termasuk di kalangan mahasiswa, masih relatif rendah berdasarkan berbagai survei nasional. Rendahnya pemahaman ini berpotensi menciptakan kesenjangan antara kemampuan mengelola keuangan dan godaan untuk berperilaku konsumtif.

Di sisi lain, literasi keuangan dipandang sebagai faktor protektif yang dapat menekan perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan yang baik memiliki kemampuan untuk merencanakan keuangan, mengendalikan pengeluaran, serta mengevaluasi konsekuensi finansial dari setiap keputusan konsumsi (Huston, 2019; Lusardi, 2024). Hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif juga dapat dijelaskan melalui beberapa kerangka teoritis. Teori Perilaku Konsumen menekankan bahwa pengetahuan dan sikap individu memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian (Engel et al., 2020). Teori Rasionalitas Terbatas menyatakan bahwa keterbatasan informasi dan kemampuan kognitif, termasuk literasi keuangan yang rendah, menyebabkan individu membuat keputusan ekonomi yang suboptimal (Simon, 1997; Thaler, 2018). Selain itu, model perencanaan keuangan pribadi menegaskan bahwa literasi keuangan meningkatkan kontrol diri dan kemampuan perencanaan, sehingga menekan perilaku konsumsi impulsif (Xiao, J. J., & O' Neill, 2016).

Berbagai penelitian internasional dan nasional telah mengkaji hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif, namun hasilnya menunjukkan variasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan ekonomi. Menurut Atkinson & Messy (dalam Fadhilah, F., & Animah, 2025). Di negara berkembang, mahasiswa cenderung menghadapi tekanan sosial dan keterbatasan ekonomi yang lebih besar, sehingga risiko perilaku konsumtif menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, kajian empiris dalam konteks mahasiswa Indonesia menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih kontekstual. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan negatif antara tingkat literasi keuangan dan kebiasaan konsumtif, di mana orang

yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih bijaksana dalam membuat keputusan keuangan. Namun, situasi khusus diantara mahasiswa di Indonesia, yang memiliki ciri sosial-ekonomi, akses terhadap layanan keuangan, dan pengalaman budaya digital yang membutuhkan pengkajian yang lebih mendalam. Berdasarkan penjelasan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. Penelitian ini tidak hanya penting untuk memperkaya khazanah akademik, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan dan program edukasi literasi keuangan di perguruan tinggi. Dengan meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, diharapkan dapat terbentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

Kajian Literatur

Konsep Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki individu dalam menghadapi kompleksitas kehidupan ekonomi modern. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami konsep dan informasi keuangan dasar, serta menggunakannya dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif dan bertanggung jawab. Lusardi dan Mitchell (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup tiga dimensi utama, yaitu pengetahuan (*financial knowledge*), keterampilan (*financial skills*), dan sikap (*financial attitude*) dalam mengelola keuangan pribadi. Pengetahuan keuangan mencakup pemahaman mengenai konsep dasar seperti inflasi, suku bunga, risiko, tabungan, kredit, dan investasi. Keterampilan keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam menyusun anggaran, mengelola pendapatan dan pengeluaran, serta merencanakan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Sementara itu, sikap keuangan mencerminkan pandangan, nilai, dan kecenderungan individu terhadap pengelolaan uang, seperti sikap berhati-hati dalam berbelanja dan kesadaran terhadap pentingnya perencanaan keuangan (OECD, 2023).

Tingkat literasi keuangan yang tinggi berhubungan dengan kemampuan individu dalam membuat keputusan finansial yang rasional, termasuk dalam mengalokasikan sumber daya keuangan secara efisien, memilih produk keuangan yang sesuai, serta menghindari perilaku keuangan berisiko seperti utang konsumtif yang berlebihan. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan sering dikaitkan dengan kesalahan pengambilan keputusan ekonomi, lemahnya perencanaan keuangan, serta meningkatnya risiko tekanan finansial (Lusardi & Mitchell, 2023; OJK, 2024). Literasi keuangan dapat dipahami sebagai perpaduan antara kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang perlu dimiliki individu agar mampu mengambil keputusan keuangan yang bijak sehingga menunjang kesejahteraan finansialnya (Sugiharti, H., & Maula, 2019). Literasi keuangan juga mencerminkan sejauh mana seseorang memahami konsep-konsep keuangan serta memiliki kemampuan dan rasa percaya diri untuk mengelola keuangan pribadi melalui keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, dan kemampuan merespons dinamika maupun kondisi perekonomian. Literasi keuangan bagi mahasiswa menjadi sangat penting karena mahasiswa mulai mengelola keuangan secara mandiri, namun sering kali belum dibekali pengetahuan dan keterampilan keuangan yang memadai. Kondisi ini menjadikan mahasiswa kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumsi yang tidak rasional.

Pengertian Gaya Hidup Konsumtif dan Karakteristiknya

Gaya hidup konsumtif merujuk pada pola perilaku individu dalam mengonsumsi barang dan jasa yang lebih didorong oleh keinginan, dorongan emosional, dan faktor simbolik dibandingkan kebutuhan fungsional. Engel, Blackwell, dan Miniard (2020) mendefinisikan gaya

hidup konsumtif sebagai perilaku pembelian yang berorientasi pada kesenangan, citra diri, dan status sosial, serta sering kali mengabaikan pertimbangan rasional terkait manfaat dan kemampuan finansial. Gaya hidup yang didorong oleh konsumsi diartikan sebagai tingkah laku orang yang dipengaruhi oleh kondisi sosiologis dalam kehidupannya yang memaksa mereka untuk berbelanja secara berlebihan atau boros serta tanpa rencana terhadap barang dan jasa yang tidak terlalu diperlukan atau benar-benar tidak perlu. Faktor yang paling berpengaruh pada seseorang dalam mengadopsi gaya hidup konsumtif adalah peran atau status serta kelompok yang dijadikan acuan (Pamungkas, 2022). Karakteristik utama gaya hidup konsumtif meliputi frekuensi pembelian barang nonesensial, prioritas pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan, perilaku belanja impulsif, serta kecenderungan menggunakan kredit atau pinjaman untuk konsumsi. Rook (1987) menjelaskan bahwa belanja impulsif merupakan pembelian yang dilakukan secara spontan dan didorong oleh emosi tanpa perencanaan sebelumnya. Selain itu, konsumsi sering kali digunakan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan psikologis, seperti peningkatan harga diri, pengakuan sosial, dan kepuasan emosional (Solomon, 2020). Perkembangan media sosial dan budaya digital turut memperkuat gaya hidup konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa. Paparan terhadap tren, influencer, dan gaya hidup ideal yang ditampilkan di media sosial mendorong individu untuk menyesuaikan pola konsumsi demi memperoleh penerimaan sosial. Akibatnya, konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan nyata, tetapi pada tekanan sosial dan simbolisme (Engel et al., 2020).

Hubungan Teoritis antara Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif

Hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif dapat dijelaskan melalui beberapa kerangka teori utama. Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory) menyatakan bahwa pengetahuan, sikap, dan pengalaman individu memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Dalam teori ini, literasi keuangan berperan sebagai faktor kognitif yang membantu konsumen mengevaluasi kebutuhan, manfaat produk, serta konsekuensi finansial sebelum melakukan pembelian (Engel et al., 2020). Selanjutnya, Teori Rasionalitas Terbatas (Bounded Rationality) yang dikemukakan oleh Simon menyatakan bahwa individu memiliki keterbatasan dalam informasi dan kemampuan kognitif ketika mengambil keputusan (Pracoyo A et al, 2025). Individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung membuat keputusan yang suboptimal, seperti konsumsi berlebihan, pembelian impulsif, dan penggunaan kredit tanpa perencanaan yang matang. Sebaliknya, literasi keuangan yang baik memperluas kapasitas rasional individu dalam mengambil keputusan ekonomi yang lebih optimal. Selain itu, Model Perencanaan Keuangan Pribadi menekankan bahwa literasi keuangan meningkatkan kemampuan individu dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi kondisi keuangannya. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik terhadap pengeluaran dan mampu menekan perilaku konsumtif (Xiao & O'Neill, 2024). Berdasarkan berbagai kerangka teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan gaya hidup konsumtif. Literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendalian yang membantu individu bersikap lebih rasional dalam konsumsi, sehingga berpotensi menurunkan kecenderungan gaya hidup konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata mahasiswa yang berada di Sumatera Utara sekisar 47

orang. Mengingat jumlah populasi < 100 responden, maka seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh (total sampling), di mana seluruh anggota populasi dilibatkan sebagai sampel penelitian. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Variabel literasi keuangan mencakup indikator pemahaman pengelolaan keuangan, kemampuan mengatur anggaran, pengambilan keputusan keuangan, serta sikap terhadap pengelolaan keuangan pribadi, (Lusardi & Mitchell, 2023). Sementara itu, variabel gaya hidup konsumtif meliputi indikator perilaku belanja impulsif, kecenderungan membeli barang non-esensial, dorongan emosional dalam berbelanja, serta pengaruh tren dan lingkungan sosial terhadap keputusan konsumsi, (Solomon, 2020). Sebelum digunakan, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. Proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara literasi keuangan dan pola konsumsi pada mahasiswa. Sebagai generasi yang mudah terpengaruh oleh gaya hidup modern dan kemudahan dalam transaksi digital, pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan menjadi aspek penting yang diduga berpengaruh terhadap pola belanja mereka. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi, data dihimpun melalui kuesioner yang diisi oleh 47 mahasiswa. Analisis statistik dilakukan dengan menerapkan uji korelasi Product Moment Pearson untuk menilai kekuatan serta arah hubungan antara kedua variabel tersebut. Berikut adalah hasil temuan penelitian beserta analisisnya.

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Pearson
Correlations

		Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa	Literasi Keuangan
Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa	Pearson Correlation	1	-.724**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	47	47
Literasi Keuangan	Pearson Correlation	-.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	47	47

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan analisis statistik menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson terhadap 47 responden mahasiswa, diperoleh koefisien korelasi sebesar -0,724 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tersebut signifikan. Hasil uji menyatakan hubungan diterima. Koefisien korelasi negatif mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat berlawanan arah. Hubungan yang terjadi adalah berbanding terbalik, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin rendah tingkat gaya hidup konsumtifnya, dan sebaliknya semakin rendah literasi keuangan, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang kuat dan signifikan antara literasi keuangan dengan gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa. Nilai koefisien korelasi sebesar -0,724 mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kemungkinan terjadinya gaya hidup konsumtif.

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang keuangan cenderung lebih mampu mengelola pengeluarannya dengan baik, menghindari pembelian yang tidak terencana, serta tidak tergodanya oleh tren atau tekanan sosial dalam berbelanja. Sejalan dengan temuan Oktaviani et al, (2023) ketika seorang mahasiswa memiliki kemampuan literasi keuangan yang rendah, hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai cara yang baik dalam mengelola keuangan, sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif tanpa adanya pengendalian diri. Mahasiswa lebih memilih untuk berbelanja demi memenuhi keinginan pribadi, bukan karena adanya kebutuhan yang mendesak. Sejalan dengan penelitian Tambang & Utami (2024) menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup konsumtif pada kelompok mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek, tetapi merupakan hasil interaksi berbagai faktor. Secara garis besar, faktor tersebut terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal yang bersama-sama membentuk cara mahasiswa memandang, memilih, dan menggunakan barang maupun jasa.

Sebaliknya, apabila setiap mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup, mereka akan memiliki wawasan yang baik tentang bagaimana cara mengelola keuangan dengan bijaksana, mulai dari menyusun anggaran, mengatur prioritas pengeluaran, hingga memastikan bahwa setiap pengeluaran dilakukan dengan pertimbangan yang rasional. Mahasiswa yang memiliki pemahaman baik tentang keuangan biasanya dapat mengatur hasrat belanja mereka dan lebih bijak dalam membuat pilihan terkait ekonomi (Aprilian, R. I., & Anggita, 2025; Wahyuliani et al., 2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keuangan perilaku memberikan perspektif penting tentang keterkaitan antara pemahaman finansial dan tindakan pengelolaan keuangan. Teori ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki pemahaman finansial yang tinggi biasanya memperlihatkan sikap pengelolaan keuangan yang lebih baik, meskipun mereka juga dipengaruhi oleh elemen psikologis dan emosional (Lestari, 2021). Hal ini akan melindungi dari konsumsi berlebihan, terutama di tengah gencarnya paparan pemasaran digital dan budaya konsumerisme.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini memiliki dampak signifikan, karena terdapat hubungan yang erat antara literasi keuangan dan kemampuan mengendalikan perilaku konsumtif, lembaga pendidikan dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan program pembelajaran tentang keuangan bagi mahasiswa. Penelitian ini mengindikasikan perlunya program peningkatan literasi keuangan di lingkungan kampus melalui mata kuliah, seminar, maupun pelatihan, agar mahasiswa lebih mampu mengendalikan pengeluaran, menghindari belanja impulsif, serta menggunakan instrumen keuangan secara lebih bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilian, R. I., & Anggita, W. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di universitas bangka belitung 1,2. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 61–70.
- Arrezqi, M. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Syntax Idea*, 6(7), 2936–2947.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Consumer Behavior*. Cengage Learning.
- Fadhilah, F., & Animah, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Belanja Online Terhadap Pengelolaan Keuangan. *Guna Sewaka: Jurnal Manajemen*, 4(2), 89–106.
- Harnas, A. (2025). *The Influence of Financial Stress on Student Consumption and Savings Behavior in the Era of Economic Crisis*. 2(4), 175–187.

- Kumar, S. (2025). The Impact of Mobile Payment Adoption on Consumer Spending Habits. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 488–490.
- Lestari, A. F. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada prodi pendidikan ekonomi fkip universitas mulawarman. *Jurnal Pengembangan Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan (JPPAK)*, 5(2), 130–143.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. Journal of Economic Literature.
- OECD. (2023). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. Paris: OECD Publishing.
- Oktaviani et al. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa*. 9(2), 136–145.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Pamungkas, I. (2022). Dimensi-Dimensi Gaya Hidup Konsumtif Pada Remaja. *Psimphoni*, 1(2), 1–7.
- Pracoyo A et al. (2025). *Perilaku Keuangan: Teori dan Praktik*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ramadhany, A. N. C. (2025). Peran Media Sosial dalam Mendorong Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Remaja Komunitas Pesisir. *EDUSOS: Jurnal Edukasi Dan Ilmu Sosial*, 02(01), 18–25.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Accountthink : Journal Of Accounting And Finance 2019 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap. *Accountthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(02), 804–818.
- Tambang, A., & Utami, P. S. (2024). Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Kelompok Mahasiswa Manggarai di Universitas Insan Budi Utomo Malang. *Maharsi : Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Sosiologi*, 06(03), 103–114.
- Wahyuliani, Y., Supriadi, U., & Anwar, S. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Pembelajaran Flip Book Terhadap Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI Dan Budi Pekerti di SMA Negeri 4 Bandung. *Tarbawy : Indonesian Journal of Islamic Education*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.17509/t.v3i1.3457>
- Xiao, J. J., & O' Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 1–32