Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: galungwaknook@gmail.co

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 21547-21555

PENGARUH KONFORMITAS DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON

Anita Sumartinih[1]
[1]Institut Teknologi Petroleum Balongan
Corresponding Author: Anita Sumartinih, faqihsyahdan1124@gmail.com

Published: April , 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Konformitas dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kota Cirebon. Penelitian dilakukan dengan metode penelitian kombinasi atau Mixed Methode Research (MMR) dengan metode model sequential explanatory. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel sebanyak 216 responden. Metode analisis data menggunakan PLS SEM (Partial LeastSquare-Structural Equation Modeling) dengan aplikasi pengolah data Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, Selain itu, literasi keuangan berpengaruh dalam perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa perempuan yang menunjukkan kecenderungan lebih tinggi dalam mengelola keuangan dengan baik dibandingkan mahasiswa laki-laki. Hasil Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap bidang ilmu manajemen keuangan yaitu pemahaman tentang bagaimana status sosial ekonomi orang tua dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa terutama dalam konteks perspektif gender. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap implikasi praktis yaitu dapat membantu mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik.
Kata Kunci: Konformitas, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif.

ABSTRAK

This study aims to determine the influence of conformity and financial literacy on consumer behavior among college students in Cirebon City. The study used a mixed methods research (MMR) method with a sequential explanatory model. Data collection used a questionnaire with a sample of 216 respondents. Data analysis used PLS SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling) with the Smart PLS 3 data processing application. The results showed that conformity has a significant impact on consumer behavior. Furthermore, financial literacy influences consumer behavior, especially among female students, who show a higher tendency to manage their finances well than male students. The results of this study contribute to the field of financial management, namely understanding how parental socioeconomic status and financial literacy influence student consumer behavior, especially from a gender perspective. The results of this study can also contribute to practical implications by helping students develop better financial decision-making skills.

Keywords: Conformity, Financial Literacy, Consumer Behavior.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola hidup masyarakat, terutama dalam perilaku konsumsi. Kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan melalui media digital, *e-commerce,* serta promosi yang masif di media sosial mendorong masyarakat untuk semakin aktif dalam kegiatan konsumsi. Kondisi ini sering kali memicu munculnya perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku konsumtif seseorang

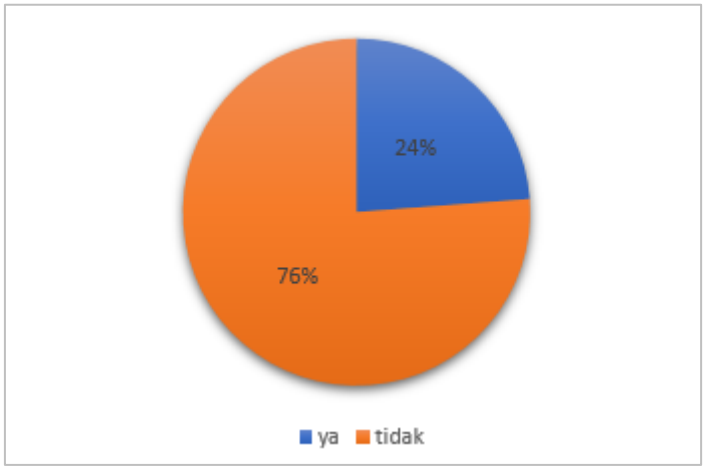
dapat menjadi masalah ketika mereka mengutamakan keinginan mereka daripada kebutuhan mereka, atau ketika mereka berperilaku konsumtif (Romadloniyah, 2020). Menurut (Lubis L, 2020) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kebutuhan emosional seseorang untuk mencapai kesenangan pribadi dan melakukan konsumsi berlebihan atau tidak terbatas dari barang-barang tertentu.

Perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor sosial dan psikologis. Salah satu faktor sosial yang berperan penting adalah konformitas. Konformitas merupakan kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap, perilaku, dan keputusan dengan norma atau tekanan dari kelompok sosialnya. Dalam kehidupan sehari-hari, individu sering kali terdorong untuk mengikuti gaya hidup, tren, maupun pola konsumsi yang berlaku dalam lingkungan pergaulannya agar dapat diterima oleh kelompok tersebut. Akibatnya, keputusan pembelian yang dilakukan sering kali bukan didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan pada keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial.

Selain faktor konformitas, literasi keuangan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Literasi keuangan mengacu pada pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara efektif, termasuk dalam membuat keputusan terkait pengeluaran, tabungan, investasi, dan perencanaan keuangan. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengontrol pengeluaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta merencanakan penggunaan uang secara bijak. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu lebih rentan terhadap perilaku konsumtif karena kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang tepat.

Perilaku konsumtif saat ini dilakukan hampir oleh semua orang, termasuk orang dewasa dan remaja. Ketika melakukan kegiatan konsumtif, remaja adalah yang paling rentan. Mereka menuruti gengsi dan rela mengeluarkan uang untuk memenuhi keinginan demi pamer (Wihelmina Y & Agung L, 2021). Karena orang mulai mengkonsumsi lebih banyak sesuai keinginan daripada kebutuhan, kebiasaan konsumtif menjadi buruk. Seringkali dikaitkan dengan gaya hidup mewah dan cara hidup, perilaku konsumtif dikaitkan dengan sesuatu yang lebih dari sekedar keinginan untuk menikmati diri sendiri atau mengikuti tren terbaru, seolah-olah perilaku ini menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Menurut (Nazarudin H dan Widiastuti T., 2022) mahasiswa saat ini sangat menghargai gaya hidup dan penampilan mereka dan sering membuat keputusan untuk memenuhi keinginan mereka dan mendapatkan status. Keputusan ini dibuat bukan karena kebutuhan sebenarnya, tetapi karena pola emosional pribadi yang dikelola dan dimotivasi oleh keinginan dan kesenangan mereka (Nova P, Riswan A, Januari, 2023).



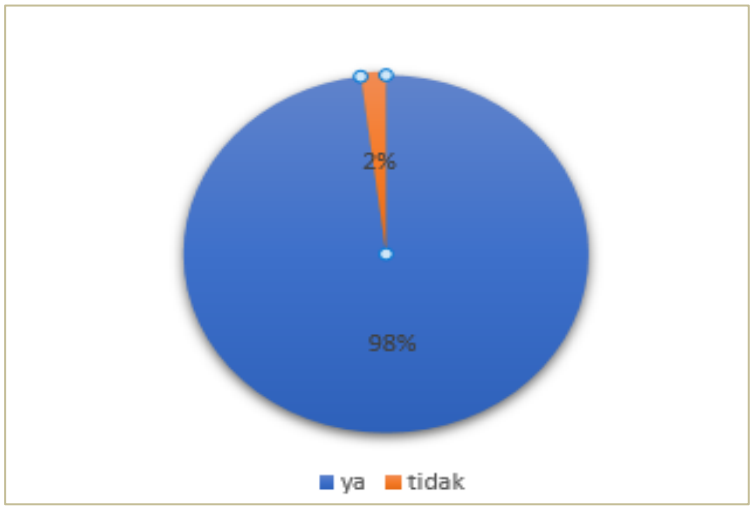
Gambar 1. 1 Hasil Pra Survei Penelitian Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gambar 1.1 mengarah pada kesimpulan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon tergolong cukup tinggi. Hal tersebut terlihat dari pola gaya hidup mahasiswa yang mengikuti trend terkini dalam memutuskan suatu pembelian sebanyak 76,2% (T Dwinovan, 2024).

Selain itu, perilaku konsumsi mahasiswa juga dipengaruhi oleh interaksi mereka dalam pergaulan. Banyak mahasiswa yang sering berdiskusi dengan teman-temannya sebelum membuat keputusan pembelian, dan beberapa dari mereka menjadikan teman sebaya sebagai acuan dalam penampilan dan perilaku. Hal ini mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya agar diterima, yang disebut sebagai konformitas (Novita F et al., 2022).

Perilaku konsumtif dapat muncul sebagai hasil dari konformitas, yang merupakan perubahan tingkah laku atau keyakinan seseorang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar atau orang lain (Nasution NA, 2019). Konformitas sendiri adalah tindakan mengikuti permintaan tak terucapkan dari anggota kelompok pertemanan sebaya. Selain itu, konformitas adalah tindakan mematuhi permintaan tak terucapkan yang dibuat oleh anggota kelompok pertemanan sebaya, namun pengaruhnya sangat signifikan sehingga mengarah pada munculnya perilaku atau aktivitas tertentu pada anggota kelompok (Nadila T et al., 2020). Meskipun permintaan ini tidak langsung diucapkan, pengaruhnya cukup signifikan untuk mendorong anggota kelompok melakukan perilaku atau aktivitas tertentu (Nadila T et al., 2020). Beberapa penelitian menemukan bahwa perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh konformitas (Ayu et al., 2021). Selain itu, literasi keuangan juga merupakan faktor lain yang diyakini memengaruhi perilaku konsumtif (Herlin et al., 2023).

Pemahaman dan pengetahuan individu terhadap keuangan yang menjadi landasan pengambilan keputusan pengelolaan dan penggunaan keuangan dikenal sebagai literasi keuangan (Fauzi et al., 2022). Berdasarkan temuan pra survei, penelitian sebelumnya yang dilakukan T Dwinova (2024) terhadap mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Pra Survei Tentang Literasi Keuangan

Berdasarkan gambar 1.2 faktor harga sangat dilihat oleh mahasiswa atas keputusan pembelian suatu produk. Data tersebut dapat dilihat pada tabel diatas sebanyak 98% (T Dwinova, 2024). Pemahaman keuangan dasar diperlukan bagi mahasiswa untuk mengelola keuangan. Kurangnya perencanaan keuangan lebih sering menjadi penyebab masalah keuangan dibandingkan pendapatan. Perilaku ketidakmampuan mengontrol pengeluaran menyebabkan mahasiswa menjadi konsumtif. Untuk itu seharusnya mereka bisa mengendalikan diri dan memahami literasi keuangan (Izazi et al., 2020) adalah penting. Banyak mahasiswa berbelanja online, mengikuti tren fashion, mengikuti kemajuan teknologi dan bahkan berlibur ke berbagai lokasi terkenal. Selain itu, banyaknya pusat perbelanjaan meningkatkan konsumtif mahasiswa. Hal ini mempengaruhi cara mahasiswa berperilaku konsumtif (Yunita P.I, 2022).

Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan cenderung lebih bijak dalam merencanakan masa depan, mengelola uang, dan membuat pilihan konsumsi. Dengan kemampuan literasi keuangan yang baik, mahasiswa dapat mengelola keuangan secara efisien, sehingga tidak mengeluarkan uang lebih dari yang diperlukan (Mubarokah et al., 2022). Selain itu, peningkatan literasi keuangan diharapkan dapat menurunkan perilaku konsumtif, karena mahasiswa lebih memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak. Penelitian juga mendukung hal ini dengan

menyatakan bahwa pemahaman literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang (Fariana et al., 2021). Namun, beberapa temuan lain menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Marheni et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Partisipan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Kota Cirebon pada tahun 2024. Setiap item atau partisipan yang akan menghasilkan data atau informasi yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian (Sekaran, 2020). Sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 216 mahasiswa di Kota Cirebon. Berikut adalah daftar perguruan tinggi di Cirebon beserta jumlah mahasiswa yang terdaftar adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data Mahasiswa di Perguruan Tinggi Kota Cirebon

No	Nama Perguruan Tinggi di Kota Cirebon	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	12.371	64
2	IAIN Syekh Nurjati Cirebon	16.466	86
3	Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon	1.351	7
4	Universitas Muhammadiyah Cirebon	8.923	46
5	Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon	2.476	13
Total Mahasiswa di Kota Cirebon		**41.587**	**216**

Sumber : https://pddikti.kemdikbud.go.id (TA. 2024/2025 Ganjil)

Analisis Statistik

Penelitian ini menggunakan *mix methode*, yaitu menggunakan penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik kuisioner dan wawancara mendalam. Metode campuran didefinisikan sebagai pengumpulan hasil (Creswell, 1995). Proses memperoleh data untuk tujuan penelitian sesuai standar disebut pengumpulan data. Kuesioner, wawancara terstruktur, dan observasi merupakan tiga metode utama yang digunakan dalam proses pengumpulan data, yang dikenal dengan Mixed Method Research (MMR). Menggunakan penelitian metode campuran (MMR), suatu teknik yang memadukan penyelidikan kualitatif dan kuantitatif. Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS digunakan dalam analisis kuantitatif.

HASIL

Peneliti melakukan analisis deskriptif berdasarkan usia, semester dan asal perguruan tinggi dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.*3*. Presentase Responden Berdasarkan Usia

Kategori	Jumlah	Presentase
<18 Tahun	1	0.5%
18-20 Tahun	81	37.5%
20-22 Tahun	115	53.2%
>22 Tahun	19	8.8%
Total	**216**	**100%**

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa jumlah responden terbanyak dengan kelompok usia 20-22 tahun, yaitu sebanyak 115 orang atau 53.2%. Sedangkan kelompok usia 18-20 tahun sebanyak 81 orang atau 37.5%, responden yang masuk kelompok usia > 22 tahun sebanyak 19 orang atau 8.8%, dan responden yang berusia <18 tahun sebanyak 1 orang atau 0.5%. Dari keseluruhan jumlah responden yang diteliti yaitu 216 orang, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan usia adalah 20-22 tahun. Data responden berdasarkan semester adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4. Presentase Responden Berdasarkan Semester

Kategori	Jumlah	Presentase
1-2 Semester	89	41.2%
3-4 Semester	67	31.0%
5-6 Semester	40	18.5%
7-8 Semester	19	8.8%
>8 Semester	1	0.5%
Total	**216**	**100%**

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berada di semester 1-2, yaitu sebanyak 89 orang atau 41.2 %. Lalu responden yang berada di semester 3-4 sebanyak 67 orang atau 31%, responden yang berada di semester 5-6 sebanyak 40 orang atau 18.5%, responden yang berada di semester 7-8 sebanyak 19 orang atau 8.8%, dan responden yang berada di semester lebih dari 8 terdapat 1 orang atau 0.5%. Dari keseluruhan jumlah responden yang diteliti yaitu 216 orang, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan semester adalah semester 1-2.Data responden berdasarkan asal perguruan tinggi adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5. Presentase Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Perguruan Tinggi di kota Cirebon	Jumlah	Presentase
Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	64	29.7%
IAIN Syekh Nurjati Cirebon	86	39.6%
Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon	7	3.2%
Universitas Muhammadiyah Cirebon	46	21.5%
Universitas Nahdatul Ulama	13	6%
Total	**216**	**100%**

Sumber : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden merupakan mahasiswa dari IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan jumlah sebanyak 86 atau 39.6%. Lalu Universitas Swadaya Gunung Jati dengan jumlah sebanyak 64 orang atau 29.7%, Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon sebanyak 7 orang atau 3.2%, Universitas Muhammadiyah Cirebon sebanyak 46 orang atau 21.5% dan Universitas Nahdatul Ulama sebanyak 13 orang atau 6%.

Sebelum dilakukan uji statistik, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada instrumen post test. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas yang diolah dengan alat bantu SemPLS

Tabel 1.6. Output Outer Model

Variabel	Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Konformitas (X1)	X2.1	0.759	0.867	0.904	0.654
	X2.2	0.848			
	X2.3	0.761			
	X2.4	0.805			
	X2.5	0.865			

Literasi Keuangan (X2)	X3.1	0.764	0.952	0.957	0.584
	X3.2	0.822			
	X3.3	0.781			
	X3.4	0.787			
	X3.5	0.754			
	X3.6	0.781			
	X3.7	0.703			
	X3.8	0.787			
	X3.9	0.767			
	X3.10	0.774			
	X3.11	0.710			
	X3.12	0.755			
	X3.13	0.734			
	X3.14	0.736			
	X3.15	0.752			
	X3.16	0.805			
Perilaku Konsumtif (Y)	Z1	0.820	0.941	0.949	0.629
	Z2	0.846			
	Z3	0.734			
	Z4	0.807			
	Z5	0.805			
	Z6	0.783			
	Z7	0.834			
	Z8	0.839			
	Z9	0.788			
	Z10	0.760			
	Z11	0.798			
	Z12	0.739			

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Tabel 1.6. menunjukan nilai *outer loading* semua item indikator dengan nilai seluruh item lebih besar dari 0.7. Maka berdasarkan validitas *outer loading* dinyatakan semua item atau indikator telah valid secara *Convergent validity*. Lalu jika dilihat dari nilai AVE, semua variabel memiliki nilai lebih besar dari 0.5, maka dapat dinyatakan semua item indikator setiap variabel adalah valid. Lalu hasil juga menunjukan bahwa nilai *cronbachs's alpha* dan *composite reliability* seluruh variabel memiliki nilai diatas 0.7, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dikatakan reliabel.

Uji Analisis Statistik

Uji analisis menggunakan aplikasi SmartPLS dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.7. Output R-Square dan R Square Adjusted

Model	*R Square*	*R Square Adjusted*
X1, X2 ke Y	0.748	0.744

Sumber: Hasil Olah Data

Tabel di atas menunjukan bahwa nilai R Square Adjusted pada model pengaruh konformitas (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap perilaku konsumtif, secara simultan memiliki nilai 0.744 atau memiliki pengaruh sebesar 74,4 %. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai R Square Adjusted >50 dan <75, maka pengaruhnya termasuk pada kategori sedang atau moderat.

Selain menilai apakah ada atau tidak hubungan yang signifikan antar variabel, seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *Effect Size* atau *f-square*.

Tabel 1.8. Output F-Square

Variabel	Perilaku Konsumtif
Konformitas	0.114
Literasi Keuangan	0.083

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Tabel di atas menunjukan nilai *effect size* atau *f-square* terbesar adalah pengaruh konformitas (X1) terhadapperilaku konsumtif yaitu sebesar 0.114 dengan kategori besarnya pengaruh sedang (<0.15). Lalu nilai *effect size* atau *f-square* adalah pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap perilaku konsumtif dengan nilai sebesar 0.083 dengan kategori pengaruh rendah karena kurang dari 0.15.

Tabel 1.9 Uji Model Hipotesis

Hipotesis		Path Coefficient	t-value	p-value	Keputusan
Direct Effect	H1 : Konformitas berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.	0.235	3.511	0.000	Diterima
	H2 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.	0.214	4.537	0.000	Diterima

Tabel di atas menunjukkan bahwa, konformitas juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif secara langsung dikarenakan nilai p-value (0.000) < 0.05, nilai t-value (3.511) > t-tabel (1.652) dan memiliki nilai path coefficient sebesar 0.235. Lalu literasi keuangan juga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif secara langsung dengan nilai p-value (0.000) < 0.05, nilai t-value (4.537) > t-tabel (1.652) dan memiliki nilai path coefficient sebesar 0.214.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan konformitas berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Cirebonl, ditunjukkan dengan nilai p- value (0.000) < 0.05, t-value (3.511) > t-tabel (1.652), dan nilai koefisien jalur sebesar 0.235. Hal ini menunjukka perilaku berbelanja mahasiswa Kota Cirebon diduga didukung oleh konformitas. Mahasiswa dapat menjadi konsumtif karena adanya keinginan untuk mengikuti teman dan perasaan terintimidasi jika tidak menggunakan barang- barang yang dikenakan teman sekelasnya.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dan konformitas mahasiswa berkorelasi secara signifikan. Nilai positif yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian (Dara Ayu, 2021) yang mengemukakan bahwa konformitas mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif yaitu semakin tinggi tingkat konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumen generasi milenial. Dan hal ini diperkuat dengan penelitian (Pradipta, 2021) yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumen pada pelajar. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara statistik dan hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa konformitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Cirebon yang diukur dari pengaruh sosial, ketakutan akan penolakan, pengaruh opini publik dan kebutuhan akan identitas.

Berikutnya Hasil penelitian uji hipotesis menunjukkan nilai p-value (0,000) < 0,05, nilai t-value (6,403) > t-tabel (1,652), dan nilai koefisien jalur (0,364), hasil uji hipotesis lebih lanjut menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Cirebon. Literasi keuangan mahasiswa mengacu pada pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk perencanaan anggaran, menabung, berinvestasi, dan memahami produk dan layanan keuangan. Literasi keuangan dapat mempengaruhi perspektif gender secara signifikan karena akses, pengetahuan dan pengambilan keputusan terkait keuangan seringkali dipengaruhi oleh faktor gender sehingga menimbulkan ketimpangan dalam pengelolaan dan pengendalian sumber daya keuangan. Menurut (Fonseca et al., 2012) disebutkan bahwa

perempuan mempunyai risiko lebih tinggi untuk mengalami tekanan finansial dibandingkan laki-laki. Hal ini karena perempuan cenderung hidup lebih lama dibandingkan laki-laki, memiliki masa kerja lebih pendek, dan memiliki pendapatan lebih rendah.

Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Jika literasi keuangan tinggi maka akan berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif. Semakin meningkatnya pengetahuan keuangan yang dimiliki responden akan memberikan pengaturan diri, sehingga kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan dapat meminimalisir perilaku konsumtif responden (Izazi et al., 2020). Menurut (L Tribuana, 2020), jika literasi keuangan masih rendah maka tingkat perilaku konsumtif akan tinggi. Banyak mahasiswa yang memperoleh ilmu tentang pengelolaan keuangan melalui pembelajaran, informasi internet atau lingkungan masyarakat, namun penerapan ilmu pengelolaan keuangan kurang terlaksana dengan baik sehingga penggunaan uang pada saat berbelanja cenderung sembarangan (Perdana Oskar et al., 2022)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dan uji hipotesis mengenai pengaruh konformitas dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Cirebon dapat disimpulkan bahwa, Konformitas dan lieterasi keuangan memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumtif. Konformitas mahasiswa di kota Cirebon berperan besar dalam membentuk perilaku konsumtif mereka. Mahasiswa di Kota Cirebon mungkin mengambil perilaku konsumtif yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan keuangan mereka karena tekanan dari teman sebaya, norma sosial dalam kelompok, pengaruh media sosial, dan keinginan untuk menunjukkan status sosial.

Pengetahuan, kemampuan, sikap, dan perilaku mahasiswa yang berkaitan dengan keuangan dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan bukan hanya tentang pengelolaan uang; itu juga dapat mempengaruhi bagaimana mahasiswa melihat peran mereka dalam masyarakat, perspektif mereka tentang peran gender mereka, dan cara mereka membuat keputusan keuangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada pimpinan atau rektor dan civitas akademika kampus di Kota Cirebon atas bantuan dan penerimaanya untuk melakukan penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas bimbingan, saran dan masukkanya serta terimakasih juga kepada rekan-rekan mahsiswa atas bantuan dan supportnya.

DAFTAR PUSTAKA

Andrian Bagus Hidayatullah. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Ayu, Dara, Nova Dezianti, and Fina Hidayati. 2021. "Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial." Psikologi Sains Dan Profesi 5(2):151–58.

Dara Ayu Nova Dezianti dan Fina Hidayati, 2021. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Genenasi Milenial. Psikologi Sains dan Profesi (Journal Psychology of Science and Profession) 151 Vol. 5, No. 2, Agustus 2021: 151-158.

Dina Oktaviani. 2020. The Effecf Of Financial Literacy, Use Of Financial Technology, And Gender on Financial Behavior Of Accounting Students Of The Fakulty Of Economics Yogyakarta State University. Prodi (Akuntansi / Pendidikan Akuntansi), Universitas Negeri Yogyakarta

Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. International Journal of Research and Review, 8(8), 496–503. https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867

Fauzi, S. I., & Sulistyowati, N. (2022). Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call of Duty: Mobile. Jurnal Kajian Ilmiah, 22(2), 129–142. https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730

Ika Wahyu Pratiwi dan Rifa Erfi Ya. 2018. Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. Fakultas Psikologi Universitas Borobudur Jakarta Timur.

Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas Esa Unggul. Fakultas Psikologi Universitas Esa unggul

Mubarokah, M. S., & Pratiwi, V. (2022). Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 11(4), 496–509. https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i04.p10

Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. Economic Education Analysis Journal, 6(3), 684– 697.

Qathrin Nada. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan, Gender, dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi. Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Rani