

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, UANG SAKU MAHASISWA, DAN
KEBIASAAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

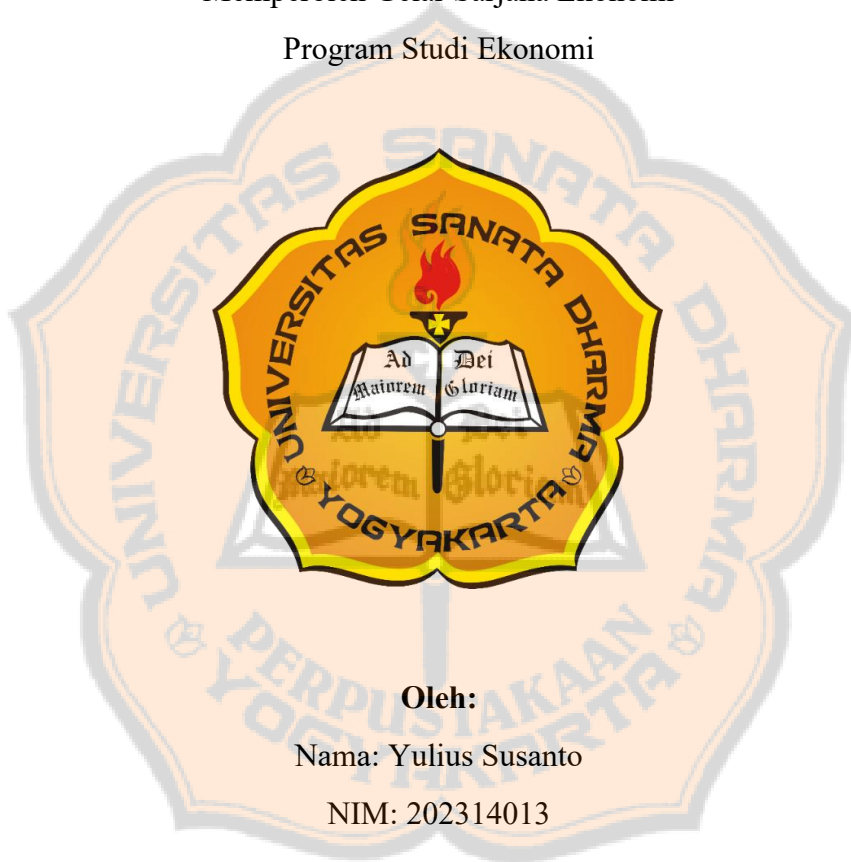
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Ekonomi



Oleh:

Nama: Yulius Susanto

NIM: 202314013

PROGRAM STUDI EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2024

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, UANG SAKU MAHASISWA, DAN KEBIASAAN BELANJA *ONLINE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

Yulius Susanto

202314013

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2024

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, uang saku mahasiswa, dan kebiasaan belanja online terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada sejumlah mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Angkatan 2020-2022. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen (literasi keuangan, uang saku mahasiswa, kebiasaan belanja online) dan variabel dependen (perilaku konsumtif). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah jumlah uang saku dan kebiasaan belanja online. Literasi keuangan, meskipun penting, tidak menunjukkan pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi perguruan tinggi, orang tua, dan mahasiswa sendiri. Perguruan tinggi perlu meningkatkan program literasi keuangan yang lebih efektif untuk mahasiswa. Orang tua juga perlu memperhatikan jumlah uang saku yang diberikan kepada anak dan membiasakan anak untuk mengatur keuangan dengan baik. Mahasiswa perlu lebih bijak dalam mengelola uang saku dan membatasi kebiasaan belanja online untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Uang Saku, Kebiasaan Belanja Online (*Ecommerce*), Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY, STUDENT POCKET MONEY,
AND ONLINE SHOPPING HABITS ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR**

(A Case Study Of Economics Students At Sanata Dharma University Yogyakarta)

Yulius Susanto

202314013

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2024

This study aims to analyze the effect of financial literacy, student allowance, and online shopping habits on the consumption behavior of students at the Faculty of Economics, Sanata Dharma University Yogyakarta. The type of research used in this study is descriptive quantitative. The data used in this study were obtained by distributing questionnaires via Google form to a number of undergraduate students of the Faculty of Economics, Sanata Dharma University Class of 2020-2022. The analysis method used is multiple linear regression to identify the relationship between the independent variables (financial literacy, student pocket money, online shopping habits) and the dependent variable (consumption behavior). Based on the results of the study, it can be concluded that the most dominant factors affecting students' consumption behavior are the amount of pocket money and online shopping habits. Financial literacy, although important, did not show a direct influence on consumer behavior in this study. The results of this study have important implications for colleges, parents, and students themselves. Colleges need to develop more effective financial literacy programs for students. Parents also need to be mindful of the amount of allowance they give their children and teach them to manage their finances properly. Students need to be wiser in managing pocket money and limit online shopping habits to avoid excessive consumption behavior.

Keywords: Financial literacy, allowance, online shopping habits (e-commerce), consumerism.