

ABSTRAK

PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, TEMAN SEBAYA, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Sanata Dharma Yogyakarta Angkatan 2021-2022)

Sonia Indriani Simbolon

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2025

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dugaan bahwa pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta mudahnya akses ke dunia digital mendorong perilaku konsumtif yang semakin meningkat, sering kali tanpa disertai pemahaman finansial yang memadai. Mahasiswa angkatan 2021-2022 dipilih dalam penelitian ini karena mahasiswa cukup berpengalaman dalam mengelola keuangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Dari 411 mahasiswa angkatan 2021-2022, diperoleh sampel sebanyak 204 mahasiswa program studi akuntansi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa akuntansi melalui *google form*.

Analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh perilaku konsumtif berpengaruh terhadap lingkungan keluarga, teman sebaya, dan literasi keuangan. Mahasiswa diharapkan dapat mempertahankan lingkungan keluarga, teman sebaya, dan literasi keuangan yang sudah dimilikin dalam kehidupan sehari-hari secara konsisten. Penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan responden di tingkat fakultas agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

Kata Kunci: lingkungan keluarga, teman sebaya, literasi keuangan, perilaku konsumtif

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FAMILY ENVIRONMENT, PEERS, AND FINANCIAL LITERACY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR

*(An Empirical Study of Accounting Students at Sanata Dharma Yogyakarta,
Class Of 2021-2022)*

Sonia Indriani Simbolon

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2025

This study aims to prove the hypothesis that family environment, peers, and financial literacy influence consumer behavior. Advances in information and communication technology and easy access to the digital world encourage increased consumer behavior, often without adequate financial understanding. Students from the 2021-2022 intake were selected for this study because they are experienced in financial management.

This study employed a quantitative approach with a purposive sampling technique. From 411 students from the 2021-2022 intake, a sample of 204 accounting students was obtained. Data were collected using a questionnaire distributed to accounting students via Google Forms. The data were analyzed using multiple linear regression.

The results of this study indicate that consumer behavior influences family environment, peer group, and financial literacy. Students are expected to consistently maintain their family environment, peer group, and financial literacy in their daily lives. Future research is expected to involve respondents at the faculty level to achieve better results.

Keywords: family environment, peers, financial literacy, consumer behavior