



## Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2021 Universitas Negeri Gorontalo

Nur Ain Ladiku<sup>1</sup>, Melizubaida Mahmud<sup>2</sup>, Abdulrahim Maruwae<sup>3</sup>, Radia Hafid<sup>4</sup>,  
Sudirman<sup>5</sup>

Universitas Negeri Gorontalo  
[nurainladiku9@gmail.com](mailto:nurainladiku9@gmail.com)

### **Abstract**

*This study aims to investigate the impact of economic literacy on consumptive behavior among students of the Faculty of Economics and Business, Class of 2021, Universitas Negeri Gorontalo. The study employs a quantitative approach using descriptive study methods. Primary data were collected through a questionnaire distributed to the 2021 Faculty of Economic and Business cohort. The sample size for this study was 86 respondents. Data analysis was conducted using simple linear regression analysis with SPSS 21.0 software. The result indicate that 1) Economic literacy positively and significantly impacts the students' consumptive behavior. This is evidenced by the significance test results where the calculated  $t$ -count  $>$   $t$ -table is  $3.786 > 1.988$  at a 5% significance level, leading to the rejection of  $H_0$  and confirmation of  $H_1$ . 2) The hypothesis test results affirm that "There is an impact of economic literacy on the consumptive behavior among students of the Faculty of Economics and Business, Class of 2021, Universitas Negeri Gorontalo" is acceptable. The study's findings show a correlation coefficient ( $R$ ) with a low-impact interpretation. The coefficient of determination ( $R$ -square) indicates that 14.6% of the variability in variabel  $Y$  (Consumptive Behavior) is explained by variabel  $X$  (Economic literacy). In comparison, 85.4% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Economic Literacy, Consumptive Behavior Students*

### **Abstrak**

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2021 Universitas Negeri Gorontalo. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2021. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program *SPSS 21.0*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa 1). Literasi Ekonomi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2021 Universitas Negeri Gorontalo, hal ini dapat dilihat dari hasil uji signifikan diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $3,786 > 1,988$  pada taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%, maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, 2). Dari hasil uji hipotesis penelitian bahwa "Terdapat pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2021 Universitas Negeri Gorontalo" dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $R$ ) dengan interpretasi pengaruh yang rendah. Nilai koefisien determinasi ( $R$ square) menunjukkan besarnya persentase pengaruh variabel  $X$  (Literasi Ekonomi) terhadap variabel  $Y$  (Perilaku Konsumtif) yaitu sebesar 14,6%, sedangkan sisanya sebesar 85,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumtif Mahasiswa

## Pendahuluan

Ekonomi adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring perkembangan zaman, tentu kebutuhan terhadap manusia bertambah, oleh karena itu ekonomi terus-menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan. Arus globalisasi memberikan pergerakan sikap publik yang berakibat pada sikap konsumsi, efeknya semakin terasa sejak hadirnya pusat-pusat perbelanjaan dan restoran cepat saji di daerah perkotaan (Solihat & Arnasik, 2018). Bersamaan dengan kemajuan zaman, gaya hidup masyarakat pun berubah, sebagian orang lebih kerap membeli barang keperluan di pusat perbelanjaan modern dari pada di pasar konvensional. Masyarakat juga mengikuti keadaan yang tengah menjadi tren tidak terkecuali golongan Mahasiswa, sebagian dari Mahasiswa mengikuti kemajuan tren yang tengah banyak disukai seperti makanan, pakaian, sepatu, tas dan lain-lain yang berfungsi sebagai sarana meningkatkan kepercayaan diri dan suasana hati (Rozaini & Ginting, 2019).

Penentuan konsumsi yang dijalani masyarakat tidak lagi menampakkan kapasitas seorang untuk memisahkan mana kebutuhan primer dan mendesak dan mana keinginan tidak penting (Pratiwi et al., 2023). Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang pokok dalam kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini konsumsi yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan pokok yaitu makan dan minum tetapi konsumsi yang ada merupakan pemenuhan akan kebutuhan pokok, serta kebutuhan sandang dan papan yang harus dilaksanakan secara terencana dan juga sesuai dengan anggaran yang tersedia. Maka dari itu, kebutuhan bisa disebut juga dengan konsumsi yaitu membutuhkan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Para pelaku konsumsi atau orang yang melakukan kegiatan konsumsi disebut dengan konsumen. Tujuan dari mengkonsumsi sendiri yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup guna mempertahankan keberlangsungan hidup (Kaharu et al., 2022).

Konsumsi sangat berpengaruh terhadap stabilitas perekonomian. Semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin tinggi pula perubahan kegiatan ekonomi, kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar adalah kebutuhan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup mahasiswa, baik yang terdiri dari kebutuhan atau konsumsi suatu individu maupun keperluan pelayanan sosial tertentu.

Kenyataan yang terjadi bahwa tidak semua konsumen berperilaku rasional. Masih banyak konsumen yang berperilaku irasional dalam bentuk perilaku konsumtif. Perilaku konsumen menurut (Kotler & Keller, 2012: 151), "Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana seseorang individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, dan juga jasa, ide, atau sebuah pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka".(Aini & Andjarwati, 2020). Perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi dipengaruhi oleh banyak hal. Menurut (Setiadi, 2018, Hal 10) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sebagai berikut : 1) Faktor-faktor kebudayaan, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, subbudaya dan kelas sosial, 2) Faktor-faktor sosial, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kelompok referensi, keluarga, peran dan status, 3) Faktor pribadi, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu umur, tahapan dalam siklus, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, dan 4) Faktor-faktor psikologis, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu motivasi dan persepsi (Nurjanah, 2019).

Adapun indikator literasi ekonomi Menurut Sumartono dalam Dias Kanserina (2015 : 2-3) adalah:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen yang memiliki perilaku konsumtif diduga karena konsumen kurang dalam literasi ekonomi. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Budiwaty (2014) rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Menurut Sina (dalam Kanserina:2015) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas, seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Adapun indikator tentang literasi ekonomi adalah:

1. Kelangkaan
2. Pengambilan keputusan
3. Alokasi
4. Insentif ekonomi: harga, gaji dan laba
5. Permintaan dan penawaran

Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif konsumen dalam berkonsumsi. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir yang memiliki kecenderungan tingkat konsumsi yang tinggi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa, bukan lagi hanya karena mahasiswa membutuhkan produk barang/jasa tertentu, namun karena “lapar mata”. Mangkunegara (2009: 59) mengemukakan pembeli remaja dengan kriteria sebagai berikut, (1) remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, (2) mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus, (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik), (3) tidak berfikir hemat, (4) kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk implusif). Hal ini yang mengindikasikan mahasiswa yang tergolong masih sebagai remaja tingkat akhir mudah untuk berperilaku konsumtif (Marganingsih & Pelipa, 2019).

## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menguji teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang menganalisis adanya pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana dalam penelitian ini variabel (X) Literasi Ekonomi Sedangkan Untuk Variabel (Y) Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

## Hasil dan Pembahasan

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini memberikan gambaran tentang kondisi variabel Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Respon responden akan diklasifikasikan kedalam tiga kategori untuk mengukur variabel yaitu tinggi, menengah, dan rendah dilakukan dengan mengacu pada skala berikut:

**Tabel 3 Analisis Statistik Deskriptif**

No	Rata-Rata Skor	Presentase Skor	Kriteria
1	1 – 1,99	20,00% -	Rendah

		40,00%	
<b>2</b>	2 – 2,99	40,01% - 60,00%	Sedang
<b>3</b>	3 – 3,99	60,01% - 80,00%	Cukup Tinggi
<b>4</b>	4 – 4,99	80,01% - 100%	Tinggi

Sumber : Kuncoro (2017)

## Uji Instrumen Penelitian

### Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan teknik korelasi Product-Moment untuk menguji validitas instrument dengan bantuan *software* SPSS for Windows versi 21.0. Uji coba dilakukan pada 40 responden. Validitas suatu pernyataan dianalisis dengan menghitung korelasi Item-Total menunjukkan bahwa hasil dianggap valid jika nilai *r* hitung bernilai positif dan melebihi nilai *r* tabel. Sebaliknya, jika nilai *r* hitung lebih kecil dari nilai *r* tabel atau bernilai negatif, maka instrumen atau pertanyaan dianggap tidak valid. Pada sampel dengan  $n = 40$ , nilai *r*-tabel adalah 0,312. Butir pertanyaan dianggap valid bila nilai *r*-hitungnya lebih besar dari 0,312.

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Instrumen**

No	Hasil Uji Validitas		r-tabel	Keterangan
	R <sub>hitung</sub> X	R <sub>hitung</sub> Y		
1	0,348	0,468	0,312	Valid
2	0,547	0,372		Valid
3	0,352	0,324		Valid
4	0,410	0,735		Valid
5	0,669	0,748		Valid
6	0,367	0,695		Valid
7	0,674	0,461		Valid
8	0,595	0,699		Valid
9	0,447	0,399		Valid
10	0,608	0,649		Valid
11	0,531	0,596		Valid
12	0,436	0,585		Valid
13	0,474	0,569		Valid
14	0,395	0,484		Valid
15	0,720	0,499		Valid
16	0,544	0,370		Valid
17	0,556	0,692		Valid
18	0,408	0,435		Valid
19	0,574	0,610		Valid
20	0,600	0,576		Valid
21	0,448	0,485		Valid
22	0,417	0,604		Valid
23	0,524	0,479		Valid

24	0,384	0,670		Valid
25	0,587	0,594		Valid

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024.

Hasil uji *Pearson Correlation* menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner menunjukkan bahwa, baik variabel X maupun Y, memiliki nilai korelasi yang melebihi 0,312. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan adalah benar.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metrik yang menilai keandalan atau kepercayaan suatu instrumen pengukuran. Jika instrumen tersebut melakukan pengukuran dua kali untuk fenomena yang serupa dan hasil pengukurannya relatif konsisten, maka instrumen tersebut dianggap reliabel. Didapatkan koefisien realibilitas Berdasarkan nilai Alpha Cronbach yang dihasilkan dari SPSS 21.0, dapat disimpulkan apakah instrumen tersebut memiliki tingkat keandalan yang cukup. Jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6, instrumen dianggap tidak reliabel, dan sebaliknya jika nilainya  $\leq 0,6$ , instrumen dianggap reliabel. Detail hasil reliabilitas instrumen tersedia dalam lampiran, sementara ringkasan hasil uji reliabilitas instrumen ditampilkan dalam Tabel 4.3 berikut ini.

**Tabel 5 Hasil Uji Realibilitas Instrumen**

No	Variabel	Cronbach Alpha	R tabel	Ket
1.	Literasi Ekonomi (X)	<b>0.898</b>	0,600	<b>Reliabel</b>
2.	Perilaku Konsumtif (Y)	<b>0.909</b>	0,600	<b>Reliabel</b>

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024.

Berdasarkan uji Cronbach's Alpha, nilai korelasi antar pernyataan dalam kuesioner variabel ditemukan lebih besar dari 0,6. Temuan ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang baik.

### Uji Normalitas

Sebelum menganalisis regresi, salah satu hal penting yang harus dipastikan adalah keberadaan normalitas data atau distribusi data yang memadai untuk variabel tergantung. Uji normalitas adalah uji pertama yang harus dilakukan, dan jika data tidak memiliki distribusi normal, maka analisis tidak bisa diteruskan karena tidak memenuhi syarat uji normalitas. Dalam penelitian ini, literasi ekonomi merupakan variabel terkendali. Oleh karena itu residu harus memiliki distribusi normal agar memenuhi persyaratan analisis regresi. Untuk memastikan distribusi normal data, penelitian ini menggunakan uji normalitas yang dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS versi 21.0.

**Tabel 6 Uji Normalitas Variabel Independen**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	12,36016177
Most Extreme Differences	Absolute	,123

	Positive	,123
	Negative	-,079
Kolmogorov-Smirnov Z		1,143
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		<b>,146</b>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2024.

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 4.8 menunjukkan nilai Asymp sebesar. Sig. untuk persamaan regresi literasi ekonomi sebesar 0,146, menunjukkan signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Analisis residu pada persamaan literasi ekonomi menghasilkan distribusi normal. Temuan ini menunjukkan tidak adanya pelanggaran terhadap asumsi normalitas, yang merupakan prasyarat dalam penggunaan teknik regresi. Dengan tidak adanya pelanggaran tersebut, penggunaan regresi sebagai metode analisis statistik menjadi sah.

### Hasil Analisis Regresi

Setelah memastikan bahwa data memenuhi syarat normalitas, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi untuk menguji hubungan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana.

**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	<b>22,838</b>	15,813		1,444	,152
	Literasi_Ekonomi	<b>,550</b>	,145	,382	3,786	,000

a. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Hasil regresi menunjukkan persamaan model  $\hat{Y} = 22.838 + 0.550X$ . Setiap peningkatan dalam variabel literasi ekonomi diprediksikan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,550. Nilai koefisien regresi yang positif mengindikasikan adanya pengaruh positif literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

### Pengujian Hipotesis

Dengan rampungnya estimasi model, penelitian ini beralih ke pengujian berikutnya, yakni menilai signifikansi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berikut disajikan tahapan-tahapan pengujian yang akan dilakukan:

**Tabel 8 Hasil Penentuan Kriteria Uji Regresi Secara Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,444	,152
	Literasi_Ekonomi	<b>3,786</b>	<b>,000</b>

a. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif

Sumber: Data Primer Yang diolah SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil analisis, nilai t-hitung untuk variabel literasi ekonomi adalah 3.786. Untuk menentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak, nilai t-tabel dihitung dengan

tingkat signifikansi statistik 5%. Nilai t-tabel yang diperoleh adalah 1,988. Perbandingan menunjukkan bahwa nilai t-hitung (3.786) lebih besar daripada nilai t-tabel (1,988). Hal ini mengantarkan pada penolakan  $H_0$ , yang mengisaratkan adanya pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan penelitian ini, terbukti bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, langkah berikutnya adalah untuk mengevaluasi seberapa besar dampak tersebut. Nilai koefisien determinasi dianalisis untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai ini berkisar antara 0% hingga 100%, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan proporsi penjelasan yang lebih besar. Berikut tingkat kecocokan antara variabel dalam model regresi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa berikut ini:

**Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi**

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Kontribusi Faktor Lain</b>
0.382	0.146	0.621

*Sumber: Data Primer Diatas Yang Diolah, 2024*

Analisis regresi menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,146, yang mengindikasikan bahwa 14,6% variasi perilaku konsumtif mahasiswa dijelaskan oleh literasi ekonomi yang dilakukan. Hal ini menandakan hubungan positif antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 85,4% sisanya, atau nilai residu, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diinvestigasi dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Pembahasan temuan penelitian diadaptasi sesuai dengan isu dan objektif studi dengan menggunakan model analisis dampak langsung (*direct effect*). Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menguji dua hipotesis: hipotesis penelitian yang memprediksi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dan hipotesis nol yang menyatakan tidak ada hubungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian terbukti benar, dan penjelasan lebih rinci mengenai dampak variabel bebas terhadap variabel terikat akan dipaparkan sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Model analisis regresi yang dibangun berdasarkan teori yang relevan digunakan untuk menguji hipotesis tersebut. Pembahasan berikut akan menjelaskan secara detail proses pengujian hipotesis dan hasilnya. Adanya pengaruh positif yang ditunjukkan oleh literasi ekonomi mengidentifikasi bahwa semakin tinggi kualitas literasi ekonomi mahasiswa yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari maka akan semakin rasional perilaku konsumsi mahasiswa. Literasi ekonomi dapat membuat mahasiswa menjadi cerdas dalam berkonsumsi dengan cara menerapkan konsep ekonomi dalam kehidupan sehari-hari dan tidak mengarah ke perilaku konsumtif. Literasi dalam perekonomian suatu negara menjadi penting, karena dengan literasi ekonomi berarti menunjukkan masyarakat suatu negara merupakan konsumen atau produsen yang cerdas, sehingga akan mendorong terhadap pertumbuhan ekonomi.

Menurut Sina (2012:135), literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung dan berinvestasi, proteksi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam

berkonsumsi.

Begitupun menurut Neti Budiwati (2014: 19) literasi ekonomi penting dalam kehidupan sehari-hari. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Gary H. Stern Presiden Federal Reserve Bank of Minneapolis dalam Nuraeni (2015:9) bahwa "Melek ekonomi sangat penting karena merupakan ukuran apakah orang memahami kekuatan yang secara signifikan mempengaruhi kualitas hidup mereka".

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Solihat, Ai Nur, and Syamsudin (2018) Bahwa literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 9,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh seberapa tinggi tingkat literasi ekonomi, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi maka akan semakin rasional perilaku konsumtif mahasiswa, dan sebaliknya. Dimensi literasi ekonomi dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, sikap, dan keterampilan ekonomi yang sifatnya praktis dan berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumen ditentukan oleh tingkat pengetahuan masyarakat tentang ekonomi, sehingga literasi ekonomi menjadi hal penting. Literasi dalam perekonomian suatu negara menjadi penting, karena dengan literasi ekonomi berarti menunjukkan masyarakat suatu negara merupakan konsumen atau produsen yang cerdas, sehingga akan mendorong terhadap pertumbuhan ekonomi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mukarramah (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Adanya pengaruh positif yang ditunjukkan oleh literasi ekonomi mengidentifikasi bahwa semakin tinggi kualitas literasi ekonomi mahasiswa yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari maka akan meningkatkan kualitas perilaku konsumsi mahasiswa. Literasi ekonomi dapat membuat mahasiswa menjadi cerdas dalam mengkonsumsi dengan cara menerapkan konsep ekonomi dalam kehidupan sehari-hari dan tidak mengarah ke perilaku konsumtif.

## **Kesimpulan**

Disimpulkan dari pembahasan dan analisis menyeluruh, Literasi Ekonomi berpengaruh atau berdampak positif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2021 Universitas Negeri Gorontalo. Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0.146 yang mengindikasikan bahwa 14,6% variasi perilaku konsumtif mahasiswa dijelaskan oleh literasi ekonomi yang dilakukan sedangkan 85,4% sisanya, atau nilai residu, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diinvestigasi dalam penelitian ini.

Nilai ini juga mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas literasi ekonomi mahasiswa yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari maka akan semakin rasional perilaku konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, hipotesis penelitian yang berbunyi "terdapat pengaruh positif literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2021 universitas negeri gorontalo", dinyatakan diterima.

## **SARAN**

Sesuai dengan kesimpulan penelitian ini, beberapa saran berikut perlu dipertimbangkan, yaitu:

- 1) Bagi Mahasiswa: Diharapkan Mahasiswa lebih meningkatkan dan menerapkan pengetahuan literasi ekonomi agar perilaku konsumtif pada aktivitas tiap saat lebih terarah maupun lebih efektif ketika bertindak konsumtif untuk kesuksesan dimasa

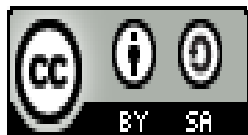


depan., serta lebih memperbanyak literasi ekonomi agar lebih bijak dalam berkonsumsi;

- 2) Bagi Dosen: Bagi Dosen agar selalu memberikan arahan dan pemahaman yang tepat dalam membimbing mahasiswanya belajar tentang literasi ekonomi. Hal tersebut perlu dilakukan supaya mahasiswa terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.
- 3) Bagi Peneliti Selanjutnya: Bagi Peneliti Selanjutnya hendaknya bisa mengembangkan variabel-variabel lain yang diteliti pada riset ini, serta menentukan indikator yang berbeda dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6712>
- Marganingsih, A., & Pelipa, E. D. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stkip Persada Khatulistiwa Sintang. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.31932/jpe.v4i1.433>
- Pratiwi, N., Kurniawan, C., & Aradea, R. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(1), 50–57. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n1.p50-57>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>
- Kanserina, Dias, Iyus Akhmad Haris, and I. Made Nuridja. "pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi universitas pendidikan ganesha tahun 2015." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha 5.1 (2015)*.
- Solihat, A. N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1-13.



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Editorial of JEBE : Economic Education Study Program, Faculty of Economics and Business Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia.