



Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19

Febriana Sa'idah*, Dhiah Fitrayati

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya

*Corresponding Author. Email: febriana.17080554046@mhs.unesa.ac.id

Abstract: This research aims to analyze the influence of economic literacy and a hedonistic lifestyle on students' consumption behaviors during the Covid-19 pandemic. This study employed a quantitative strategy and correlation method. Students of the 2018 Economic Education Study Program of UNESA served as the population in this study, with a total sample size of 63 participants drawn via saturation sampling. The research used Likert-scaled questionnaires for data collection. The study used the Statistics Program of Social Science (SPSS) to process the data and analyze multiple linear regressions. The study showed a partial negative effect of economic literacy on consumptive behaviors. The t count $(-3.406) > t$ table (-1.670649) showed a significance value of $0.001 < 0.05$, so the conclusion of the hypothesis H_0 is rejected, and H_a is accepted. This research reveals that consumptive behaviors are simultaneously influenced by economic and lifestyle literacy. Thus, students must improve their economic literacy to control their consumption appropriately. That is because the higher the economic literacy possessed, the lower the consumptive behavior of students.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Pada penelitian ini mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2018 UNESA sebagai populasi dengan jumlah sampel sebanyak 63 orang, menggunakan sampling jenuh. Untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Pengolahan data menggunakan program Statistik Program for Social Science (SPSS) serta metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh negatif secara parsial literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung $(-3,406) > t$ tabel $(-1,670649)$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga kesimpulan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan hasil t -hitung $(10,237) > t$ tabel $(1,670649)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh secara simultan literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mengelola konsumsi dengan tepat, mahasiswa harus meningkatkan literasi ekonomi agar terhindar dari perilaku konsumtif. Semakin tinggi literasi ekonomi yang dimiliki maka akan semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa.

Article History

Received: 13-05-2022
Revised: 05-06-2022
Accepted: 14-06-2022
Published: 21-06-2022

Key Words:

Economic Literacy;
Hedonic Lifestyle;
Consumptive
Behavior.

Sejarah Artikel

Diterima: 13-05-2022
Direvisi: 05-06-2022
Disetujui: 14-06-2022
Diterbitkan: 21-06-2022

Kata Kunci:

Literasi Ekonomi; Gaya
Hidup Hedonis; Perilaku
Konsumtif.

How to Cite: Sa'idah, F., & Fitrayati, D. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy*, 9(3), 467-475. doi:<https://doi.org/10.33394/jp.v9i3.5288>



<https://doi.org/10.33394/jp.v9i3.5288>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Pandemi Covid-19 berdampak pada kegiatan konsumsi. Pada masa pandemi covid-19 BPS melakukan Survei Sosial Demografi oleh Badan Pusat Statistik dan diperoleh informasi



aktivitas belanja online mencapai 42% (Badan Pusat Statistik, 2020). Internet menjadi salah satu pemicu masyarakat untuk melakukan konsumsi (Subagio, 2019). Dibandingkan tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 8,9% atau 23,5 juta pengguna baru internet di Indonesia (Bayu, 2020). Selain internet, media sosial dan pasar online sedang marak di Indonesia (Hamdani & Fatah, 2018). Revolusi media sosial memudahkan konsumen mengakses berbagai informasi tentang produk di marketplace (Powers et al., 2012). Selama masa *work from home* dan pembelajaran daring, peluang berbelanja di e-commerce semakin besar (Rahmawati et al., 2021).

Perilaku konsumtif hampir dialami oleh seluruh kelompok masyarakat termasuk mahasiswa. Hasil penelitian Kanserina (2015) menemukan bahwa mahasiswa dalam mengonsumsi cenderung bersikap irasional. Sikap irasional dalam berkonsumsi akan mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif (Maharani, 2018). Perilaku konsumtif yaitu suatu tindakan konsumsi yang sangat berlebihan dengan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Yuniarti, 2015). Perilaku konsumtif memosisikan harta duniawi sebagai tolak ukur kebahagiaan, serta tingginya hasrat untuk memiliki barang-barang mewah meskipun barang tersebut sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (Wahyudi, 2013). Berkembangnya perilaku konsumtif didasari dorongan dalam diri atas ketidakmampuan untuk mencapai kepuasan yang diinginkan tanpa memikirkan kebutuhan primer (Noviandari, 2020). Apabila perilaku konsumtif terus berkelanjutan bisa berdampak pada kondisi keuangan yang tidak stabil sehingga menyebabkan masalah keuangan (Astuti, 2013).

Perilaku konsumtif dapat tercermin pada beberapa tindakan, misalnya membeli karena terdapat hadiah, diskon, kemasan menarik, gengsi atau symbol status, model yang mengiklankan, dan adanya persepsi produk mahal bisa meningkatkan rasa percaya diri, bahkan membeli produk sejenis berbeda merek (Sumartono, 2002). Dalam Teori Perilaku Konsumtif disebutkan bahwa terdapat tiga factor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor psikologis, pribadi dan sosial. Faktor sosial meliputi status sosial ekonomi, keluarga, dan kelompok acuan; faktor pribadi mencakup unsur usia, tahapan siklus hidup, kepribadian dan konsep diri, sedangkan faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, literasi, keyakinan dan sikap (Kotler, 2010).

Salah satu faktor internal yaitu pengetahuan atau literasi ekonomi. Literasi ekonomi mendasari seseorang berpikir logis dalam mengambil keputusan (Melina, 2018). Adapun bentuk pengambilan keputusan ekonomi terkait pengaturan finansial yaitu tentang pemasukan, pengeluaran, dan investasi (Pandey & Bhattacharya, 2012). Literasi ekonomi merupakan sarana untuk mengubah perilaku individu agar kompeten dalam mengelola penghasilan untuk investasi, berjaga-jaga untuk memenuhi kebutuhan dimasa mendatang dan sehari-hari (Sina, 2012). Literasi ekonomi mampu menjadikan individu lebih cerdas dalam mengelola sumber daya (Efendi et al., 2019) dan mengelola keuangan (Rahayu, 2017). Yunus, et al (2010) menemukan adanya pengaruh positif antara literasi ekonomi dengan niat seseorang untuk menabung. Peningkatan literasi ekonomi yang semakin tinggi akan berpengaruh pada rasionalitas individu dalam berperilaku konsumsi (Solihat & Arnasik, 2018). Perilaku konsumtif dapat dikurangi melalui Literasi ekonomi (R. F. Astuti, 2016; Aviani & Hardinto, 2019; Murniatiningsih, 2017).

Gaya hidup juga mempengaruhi perilaku konsumtif (Simamora, 2007). Gaya hidup dapat diartikan cara hidup individu yang tampak pada minat, opini, dan aktivitas (Rangkuti, 2017). Menurut Manalu (2015) ada 3 jenis gaya hidup yaitu konsumtif, hedonisme serta gaya hidup dalam pemanfaatan waktu luang. Gaya hidup hedonisme dapat diartikan sebagai pandangan hidup yang mengutamakan kesenangan, mengejar materi duniawi, serta



menggunakan uang untuk membeli barang mewah hanya sekedar untuk ajang pamer dan prestise yang dimiliki (Lukitasari & Muis, 2016).

Gaya hidup hedonis berkorelasi lebih positif dengan dimensi afektif yang memprioritaskan kesejahteraan tanpa beban (Liao, 2021). Menurut Nadzir & Ingarianti (2015) biasanya individu dengan gaya hidup hedonis lebih menyukai untuk mencari kebahagiaan di luar rumah dan selalu ingin menjadi sorotan oleh orang sekitarnya. Berdasarkan penelitian Deriyansyah & Anita (2013) gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa berdampak pada perubahan pola pikir menjadi lebih pragmatis, menurunnya prestasi pada mahasiswa, serta perubahan pola hidup menjadi materialistis.

Perilaku keseharian individu yang meliputi minat, opini, dan aktivitas dengan karakteristik cenderung menyukai sesuatu yang mewah dan suka menghambur-hamburkan uang karena tertarik dengan simbol yang bisa membedakan status sosialnya (Oktafikasari & Mahmud, 2017). Minat, aktivitas, dan opini merupakan tiga aspek pada gaya hidup hedonis (Wells & Tigert, 1971). Menurut Martha (2008) ketiga aspek tersebut tercermin dalam aktivitas suka mencari perhatian, sikap boros, dan lebih suka menghabiskan waktu luang untuk bersenang-senang.

Menurut Noviandari (2020) gaya hidup merupakan faktor penentu perilaku konsumtif. Di dukung penelitian dari Alamanda (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup berdampak positif dengan perilaku konsumtif. Gaya hidup akan menentukan keinginan, jenis kebutuhan dan aktivitas konsumsi. Anggraini & Santhoso (2019) menemukan adanya pengaruh positif gaya hidup hedonis pada perilaku konsumtif. Lebih lanjut Mujahidah (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup menjadi acuan atau pedoman dalam membeli sesuatu.

Hasil wawancara terhadap mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya angkatan 2018 menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa cenderung mengarah pada perilaku konsumtif. Walaupun tengah berada pada masa pandemi, terdapat beberapa mahasiswa yang melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan tren semata, karena pengaruh iklan, cashback, gratis ongkos kirim, dan diskon menarik lainnya, tanpa memperhatikan manfaat dan kegunaannya. harga yang lebih murah, barang lebih variatif, toko mudah diakses, dan banyak promosi yang tersedia merupakan alasan yang menjadikan seseorang lebih menyukai berbelanja online (Mitra et al., 2019).

Di kalangan mahasiswa, hedonisme diasosiasikan dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini menyebabkan mahasiswa tidak dapat membedakan mana yang menjadi kebutuhannya dan mana yang menjadi keinginannya (Tuzzahrah et al., 2019). Mereka membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan dan pada kenyataannya banyak yang kecanduan berbelanja hanya untuk kesenangan dan keinginan tanpa memperhatikan kebutuhan primer, fungsi barang tersebut, dan nilainya. Perilaku ini tentunya akan berdampak negatif baik dalam kehidupan rumah tangga maupun kehidupan sosial. Anggaran rumah tangga dapat dikurangi dengan margin yang signifikan, dan juga dapat menyebabkan kecemburuan sosial di antara masyarakat. Sehingga tujuan dari penelitian ini agar mahasiswa mampu mengoptimalkan literasi ekonomi dan menerapkan gaya hidup sederhana untuk menghindari perilaku konsumtif.

Adapun dampak yang dapat dirasakan dari segi ekonomi yaitu ketika mahasiswa terus melakukan perilaku konsumtif maka dia tidak lagi dapat mengatur keuangannya dengan baik. Kemudian dari segi psikologis yaitu mahasiswa akan mengalami tekanan jika keinginannya tidak dapat terpenuhi. Sedangkan dari segi sosial yaitu remaja akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri (Effendi, 2016)



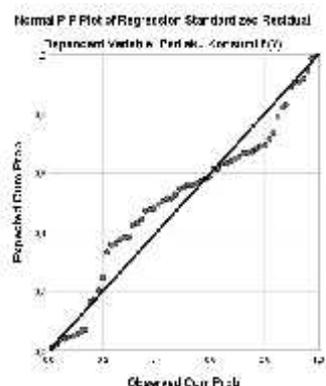
Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas, sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA Prodi Pendidikan Ekonomi 2018 yang terdiri dari 63 Mahasiswa. Teknik sampling jenuh digunakan karena jumlah subjek penelitian kurang dari 100 (Arikunto, 2006).

Instrumen gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif berupa kuesioner berskala likert dengan lima pilihan alternatif jawaban yaitu 32 item untuk gaya hidup hedonis diadopsi dari (Wells & Tigert, 1971) dan 30 item untuk perilaku konsumtif mengadopsi dari (Sumartono, 2002). Sedangkan literasi ekonomi menggunakan instrumen yang disusun oleh NCEE terdiri dari 20 item (Walstad et al., 2013). Analisis data memanfaatkan program Statistik *Program for Social Science* (SPSS) yaitu regresi linear berganda. Analisis data diawali uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas Untuk uji hipotesis menggunakan Uji-T dan Uji-F.

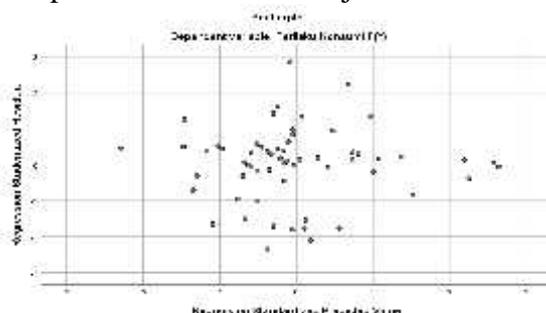
Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji normalitas menggunakan P-Plot, nilai residual berdistribusi normal jika titik-titik tersebut dekat atau sepanjang garis (Janie, 2012) . Berdasarkan hasil analisis pada gambar 2 diperoleh informasi bahwa nilai residual berdistribusi normal.



Gambar 1 Uji Normalitas

Multikolinearitas terjadi manakala nilai toleransi kurang dari 0,1 dan VIF lebih dari 10. (Janie, 2012) . Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa nilai toleransi 0,966 dan VIF sebesar 1,035 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika grafik plot yang tercermin dari titik dalam grafik mengumpul dan berpola (Janie, 2012). Berdasarkan data pada gambar 3 diperoleh informasi bahwa tidak terindikasi heteroskedastisitas dikarenakan tidak terdapat pola yang teratur pada



gambar. Berdasarkan output pengolahan SPSS 26 didapatkan persamaan analisis regresi linier berganda :

$$Y = 3,348 + (-0,256X_1) + 1,117X_2$$

Berdasarkan Uji T diperoleh hasil nilai signifikansi variabel Literasi ekonomi (X1) adalah (Sig.) 0,001 lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung (-3,406) lebih besar dari nilai t tabel (-1,670649), dengan demikian Ha diterima sehingga variabel Literasi ekonomi (X1) berpengaruh negatif secara individual terhadap variabel Perilaku konsumtif (Y). Nilai signifikansi variabel gaya hidup hedonis (X2) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t hitung sebesar (10,273) lebih besar dari nilai t tabel (1,670649), sehingga kesimpulannya adalah menerima Ha yaitu gaya hidup hedonis berpengaruh positif secara individual pada perilaku konsumtif.

Tabel 1. Uji T
 Coefficients^a

	Model	T	Sig.
	(Constant)	0,281	0,779
1	Literasi Ekonomi (X1)	-3,406	0,001
	Gaya Hidup Hedonis (X2)	10,273	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Uji F bertujuan mengidentifikasi besarnya pengaruh Literasi Ekonomi (X1) dan Gaya hidup hedonis (X2) secara simultan terhadap Perilaku konsumtif (Y) (Janie, 2012, p. 16). Hasil statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar (Sig) 0,000 lebih kecil dari 0,05, sementara nilai F hitung (67,276) lebih besar dari nilai F-tabel (2,391731), maka dapat disimpulkan menerima Ha, artinya variabel Literasi ekonomi (X1) dan variabel Gaya hidup hedonis (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sumbangsih variabel independen terhadap variabel terikat dengan melihat nilai Adjusted R square (Janie, 2012, p. 15). Adjusted R square 0,681, artinya 68,1% perilaku konsumtif dipengaruhi Literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis, sedangkan 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang di lakukan pada mahasiswa pendidikan ekonomi 2018, dari penyebaran kuesioner pada 63 responden yang telah diolah dapat diidentifikasi :

Pengaruh Literasi Ekonomi (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Koefisien variabel Literasi Ekonomi (X1) sebesar -0,256, artinya ada pengaruh negatif literasi ekonomi pada perilaku konsumtif. Dengan kata lain semakin baik literasi ekonomi seseorang maka semakin bijak dalam berkonsumsi.

Ilmu Ekonomi merupakan studi tentang penentuan pilihan penggunaan sumberdaya yang langka (Case et al., 2014; Mankiw, 2012). Salah satu alasan mempelajari ilmu ekonomi menurut (Case et al., 2014) adalah agar dapat menjadi penilih yang kompeten, artinya ketika melakukan konsumsi akan dipertimbangkan dengan matang sesuai dengan kebutuhan. Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya telah menempuh mata kuliah Teori Ekonomi Mikro dan Teori Ekonomi Makro, artinya mereka telah memiliki bekal



yang cukup terkait dengan literasi ekonomi dan telah memberikan dampak yang positif dalam perilaku konsumsinya. Dalam hal ini mahasiswa menjadi lebih cermat dalam mengonsumsi dengan menerapkan konsep ekonomi yang dipelajari di kampus, sehingga tidak menjurus pada perilaku konsumtif, dikarenakan perilaku konsumtif dapat berkurang apabila tingkat literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa semakin tinggi pula. Marganingsih & Pelipa (2019) juga menemukan hasil serupa, yang menunjukkan ketika mahasiswa menerapkan pemahaman literasi ekonomi yang baik dalam keseharian maka secara harfiah perilaku konsumtif mengalami penurunan. Begitu juga sebaliknya, rendahnya literasi ekonomi menjadikan perilaku konsumtif mahasiswa semakin tinggi.

Pengaruh Gaya hidup Hedonis (X2) Perilaku konsumtif (Y)

Koefisien variabel gaya hidup hedonisme (X2) sebesar 1,117, artinya gaya hidup hedonisme berdampak positif pada perilaku konsumtif. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Khairat et al., 2019) bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif pada perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup hedonisme merupakan pandangan hidup yang mengutamakan kesenangan, mengejar materi duniawi, serta menggunakan uang untuk membeli barang mewah hanya sekedar untuk ajang pamer dan prestise yang dimiliki (Lukitasari & Muis, 2016).

Pengaruh Simultan Literasi Ekonomi (X1) dan Gaya Hidup Hedonis (X2) Perilaku Konsumtif (Y)

Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif. Kontribusi keduanya sebesar 68,1%. Oleh sebab itu, tingkat literasi ekonomi yang tinggi dan gaya hidup sederhana harus dimiliki oleh mahasiswa. Dengan memiliki keduanya, maka mahasiswa sebagai konsumen akan menjadi lebih kompeten dalam menghindari perilaku konsumtif. Memperkuat hasil penelitian sebelumnya yakni Kanserina (2015), (Melina, 2018), dan (Jannah, 2019) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif secara simultan dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan gaya hidup. Hal ini juga selaras dengan pendapat (Fariana et al., 2021) bahwa gaya hidup minimalis, hemat dan cermat serta didukung literasi ekonomi yang tinggi mampu membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan agar tidak mengarah pada perilaku konsumtif.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain, yaitu :

- 1) Literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya angkatan 2018. literasi ekonomi berpengaruh negatif secara parsial terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin rendah tingkat literasi ekonomi mahasiswa maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.
- 2) Gaya hidup hedonis berpengaruh positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis pada individu maka perilaku konsumtifnya akan semakin tinggi pula.
- 3) Literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif individu.



Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan ,yaitu :

- 1) Disarankan bagi mahasiswa untuk lebih memperdalam konsep dasar ekonomi agar tidak sebatas memahami materi namun diharapkan mampu mempraktekan dalam kehidupan sehari-hari serta mampu menerapkan gaya hidup hemat dan bersyukur dalam berperilaku konsumsi.
- 2) Disarankan bagi dosen untuk memilih metode pembelajaran yang tepat dalam mengajar sehingga materi yang diperoleh dapat diserap dengan baik oleh mahasiswa.
- 3) Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih memahami, menyelidiki, atau mendalami faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat mengungkap penemuan baru yang menunjang penelitian terdahulu.
- 4) Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi lembaga atau pihak kampus untuk lebih menekankan beberapa mata kuliah yang menunjang mahasiswa untuk menghindarkan perilaku konsumtif.

Daftar Pustaka

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. In Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, E. D. (2013). Consumptive behavior in buying goods from housewives in Samarinda City. *EJournal Psikologi*, 1(2), 148–156. [http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/09/Jurnal \(09-06-13-04-35-44\).pdf](http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/09/Jurnal%20(09-06-13-04-35-44).pdf)
- Astuti, R. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3.
- Aviani, E., & Hardinto, P. (2019). The effect of medernity, economic literacy, and social environment on consumption ehavior of senior high school. *Classroom Action Research Journal*, 3.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Hasil Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19. BPS RI.
- Bayu, D. J. (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Case, K. E., Fair, R. C., & Oster, S. M. (2014). *Principles of Economics* (11th ed.). Pearson education, Ltd.
- Deriyansyah, D., & Anita, D. (2013). Potret gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa (Studi pada mahasiswa sosiologi FISIP Universitas Lampung). *Journal of Sosiologie*, 1(3), 184–193.
- Efendi, R., Indartono, S., & Sukidjo, S. (2019). the Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated By Peers. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 98–104. <https://doi.org/10.32479/ijefi.7738>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers
- 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>
- Hamdani, N. A., & Fatah, G. A. (2018). Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Petik*, 4(2), 167–172. <https://doi.org/10.31980/jpetik.v4i2.382>
- Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, Dan Keuangan*, 3.
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (A. Eka (ed.)). Semarang University Press.
- Kanserina, D. (2015). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja*, 5(1).
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia.
- Liao, Y. (2021). The Sources and Influencing Factors of Hedonistic Consumption. *Psychology*, 12(04), 660–674. <https://doi.org/10.4236/psych.2021.124041>
- Lukitasari, V., & Muis, T. (2016). Study of hedonism lifestyle in students of the faculty of language and art, state university of surabaya 2012-2013-2013. In *Jurnal sociologie* (Vol. 6, Issue 2, pp. 1–9).
- Maharani, R. (2018). Pengaruh Modernitas Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas Xi Iis Di Sma Negeri 1 Talun. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 222–229.
- Manalu, M. (2015). Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Pekanbaru. 7(9), 27–44.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principles of Microeconomics* (6th ed.). Cengage Learning.
- 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>
- Martha. (2008). Correlation Among Self-Esteem with a Tendency Hedonist Lifestyle of Students at Diponegoro University. 1–20.
- Melina, A. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(April), 141–152.
- Mitra, N., Syahniar, S., & Alizamar, A. (2019). Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3(2), 120. <https://doi.org/10.24036/00132za0002>
- Murniatiningsih, E. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Siswa, Hasil Belajar Ekonomi, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Smp Negeri Di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 5(1), 127. <https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156>
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja di Kota Malang. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, 8(1998), 528–596.



- Noviandari, H. (2020). Lifestyle Relationship and Conformity With Consumptive Behavior in Adolescents in Banyuwangi City Province of East Java. *Sosioedukasi Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 9(1), 1–9.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 684–697.
- Pandey, C., & Bhattacharya, S. B. (2012). Economic Literacy of Senior Secondary School Teacher: A Field Study. *Journal of All India Association for Educational Research*, 24(1), 1–16.
- Powers, T., Advincula, D., Austin, M. S., Graiko, S., & Snyder, J. (2012). Digital and social media in the purchase-decision process: A special report from the advertising research foundation. *Journal of Advertising Research*, 52(4), 479–489. <https://doi.org/10.2501/JAR-52-4-479-489>
- Rahayu, A. (2017). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas Xi Ips Sman 1 Segedong. *Jurnal Pendidikan*, 06(10), 1–12.
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Rangkuti, F. (2017). *Customer care excellence*. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2007). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Bandung: Unpar Press.
- Sina P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2).
- Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.
- Subagio. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(3), 263–275. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/download/935/888>
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Tuzzahrah, M., Yulianti, E., & Djuari, L. (2019). Profile of Parenting Style in University Students with Tendency of Hedonism Lifestyle. *JUXTA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kedokteran Universitas Airlangga*, 10(1), 29. <https://doi.org/10.20473/juxta.v10i12019.29-33>
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi*, 1(4), 26–36. [http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnal_wahyudi_PDF_\(11-07-13-07-45-39\).pdf](http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnal_wahyudi_PDF_(11-07-13-07-45-39).pdf)
- Walstad, W. B., Rebeck, K., & Butters, R. B. (2013). *Test Of Economic Literacy (Fourth Edi)*. Council for Economic Education.
- Wells, W. D., & Tigert, D. J. (1971). “Activities, Interests, and Opinions.” *Journal of Advertising Research*, 11 No.4, 27–35.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku konsumen teori dan praktik*. In Bandung: Pustaka Setia.
- Yunus, N. K., yeop, Ishak, S., & Jalil, N. A. (2010). Economic Literacy amongst the Secondary School Teachers in Perak Malaysia. *Information Management and Business Review*, 1(2), 69–78. <https://doi.org/10.22610/imbr.v1i2.873>