

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Padang)

Doni Rezeki^{1*}, Annur Fitri Hayati²

Universitas Negeri Padang¹²

*Corresponding author, e-mail: donirezeki123@gmail.com

Abstract : *This study seeks to examine the influence of financial literacy and social media on the consumption behavior of students at SMA Negeri 1 Padang. This is a quantitative research endeavor. The study population comprises eleventh-grade students specializing in Social Sciences at SMA Negeri 1 Padang for the 2023/2024 academic year. The sample size was calculated via the Yamane formula, yielding 105 samples. A stratified random sampling strategy was utilized for sample selection in a proportionate manner. The obtained data consists of primary data kinds according to established criteria. The analysis was performed via multiple regression analysis through SPSS. The results demonstrate that (1) financial literacy substantially influences the consumptive behavior of students at SMA Negeri 1 Padang, (2) social media also exerts a considerable effect on the students' consumptive behavior, and (3) the combined effect of financial literacy and social media significantly impacts the consumptive behavior of eleventh-grade students at SMA Negeri 1 Padang.*

Keywords : *consumptive behavior, financial literacy, social media*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Manusia dikenal sebagai *homo economicus* atau makhluk ekonomi karena selalu terlibat dalam aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan ini harus dipenuhi dan dapat diurutkan berdasarkan prioritas. Ada tiga tingkatan kebutuhan: kebutuhan primer, yang mencakup hal-hal dasar; kebutuhan sekunder, yang merupakan kebutuhan tambahan setelah yang pokok, seperti sepeda motor, televisi, dan telepon seluler; serta kebutuhan tersier, yang meliputi barang-barang mewah seperti perhiasan dan mobil. Samuelson (2010: 35),

Untuk memenuhi kebutuhan hidup, manusia terlibat dalam aktivitas konsumsi. Di era globalisasi yang cepat dan canggih ini, berbagai kemudahan membuat orang lebih mudah

melakukan konsumsi. Namun, hal ini juga dapat mengarah pada konsumsi yang berlebihan, yang sering disebut perilaku konsumtif. (Samuelson, 2010:35)

Perilaku konsumtif sering kali diasosiasikan dengan aktivitas berbelanja, terutama dengan maraknya penggunaan internet yang memudahkan masyarakat mengakses berbagai platform e-commerce. Berdasarkan penelitian APJII atau Asosiasi tahun 2020, pengguna internet di Indonesia 73,7%. Data Sensus Penduduk pada tahun 2020 menunjukkan bahwa remaja generasi Z, yang lahir antara 1997 dan 2012, menyusun 27,94% dari total populasi (OJK 2021). Ini menunjukkan remaja, khususnya Generasi Z, merupakan calon konsumen di pasar digital. Motif mereka menggunakan internet beragam, salah satunya adalah untuk melakukan transaksi seperti belanja online. Nisa Umami (2023) mengungkapkan perilaku konsumtif di kalangan remaja, terutama mahasiswa, dipengaruhi oleh kecenderungan untuk mengikuti perubahan agar tidak ketinggalan

Berdasarkan observasi awal terhadap 30 siswa di SMA Negeri 1 Padang menghasilkan bahwa 76% siswa memahami konsep literasi keuangan. Dari wawancara mengenai perilaku konsumtif, ditemukan bahwa 82,7% siswa sangat tertarik untuk berbelanja mengikuti tren yang ada di kalangan teman-temannya. Mengenai media sosial, 63,3% siswa lebih memilih bermain media sosial dari pada pergi bermain di luar.

Dari sudut pandang makroekonomi, literasi keuangan sangatlah penting karena ada hubungan positif antara tingkat literasi keuangan masyarakat dan penggunaan produk serta layanan keuangan. Hal ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Mangkunegara, Anwar Prabu, 2019). Oleh karena itu, setiap individu perlu memiliki pengetahuan tentang cara mengelola keuangannya dengan baik, sehingga pemahaman akan literasi keuangan menjadi sangat krusial.

Survei Nasional Literasi OJK tahun 2019 mengungkapkan bahwa tingkatan pemahaman terkait keuangan di Indonesia berada di angka 38,03%. Ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah populasi Indonesia belum memahami konsep keuangan dengan baik. Kelompok usia 15-17 tahun memiliki tingkat literasi keuangan terendah, yaitu hanya 15,92%. Yang berarti sangat penting bagi setiap individu agar dapat memiliki literasi keuangan yang baik.

Menurut Wahyudi tahun 2020 hal 54, literasi keuangan merupakan faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini sesuai penelitian Rudi Yanto Batara Silalahi (2020: 103) perilaku konsumtif secara signifikan dipengaruhi oleh literasi keuangan. Nur Madia Indah Wati (2020) juga menyimpulkan perilaku konsumtif dipengaruhi literasi keuangan dan gaya hidup signifikan. Dari berbagai penelitian, disimpulkan ada hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan baik berbelanja secara lebih rasional, yang mengakibatkan tingkat konsumsi mereka menjadi lebih rendah.

Perilaku konsumtif dipengaruhi juga oleh faktor lain, menurut Charissa Fransisca (2020: 436), adalah media sosial. Media sosial dapat mendorong seseorang untuk mengikuti tren yang berujung pada perilaku konsumtif. Penelitian oleh Efendi, Wahyuni, dan Zulianto (2018) juga menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi pola konsumsi individu, terlihat dari aktivitas mereka dalam menggunakan internet dan melihat iklan yang menawarkan berbagai produk. Aktivitas ini dapat memicu seseorang untuk melakukan transaksi dan berperilaku konsumtif.

Khrishananto & Adriansyah (2021) menyebutkan bahwa diskusi di media online, seperti pertukaran informasi dan meminta pendapat teman, memiliki kemampuan besar untuk memengaruhi orang lain. Komunikasi yang terjadi dapat mendorong individu untuk mengikuti tren, yang menyebabkan perilaku konsumtif. Semakin intensif diskusi dan interaksi di media online, perilaku konsumtif akan semakin tinggi pula. Berdasarkan survei online CNN Indonesia pada tahun 2018, sebanyak 82,5% remaja selalu mengikuti tren tanpa mempertimbangkan alasan tertentu. Remaja sering kali melakukan konsumsi tanpa pertimbangan yang matang dan cenderung tertarik pada produk, sehingga konsumsi mereka sering kali tidak berdasarkan kebutuhan, tetapi mengikuti gaya hidup yang konsumtif.

Dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan siswa dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. Penelitian untuk mengkaji dampak literasi keuangan pada perilaku konsumen siswa SMA Negeri 1 Padang, dampak media sosial pada perilaku konsumen siswa tersebut, dan pengaruh interaksi antara literasi keuangan dan media sosial pada perilaku konsumen mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kuantitatif kausatif. Populasi yang diteliti terdiri dari 142 siswa kelas XI peminatan IPS di SMA Negeri 1 Padang untuk tahun ajaran 2023/2024. Dari populasi tersebut, 105 siswa dipilih sebagai sampel memakai metode *Proportionate Stratified Random Sampling*. Data diperoleh dari angket atau kuesioner yang diukur memakai skala likert. Analisis deskriptif, analisis induktif, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis memakai SPSS untuk mengevaluasi data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berikut adalah hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan :

Tabel 1. Deskripsi Variabel Penelitian

No	Variabel	Mean	TCR%	Keterangan
1	Perilaku Konsumtif	2.89	57.89%	Cukup
2	Literasi Keuangan	0.54	53.73%	Cukup
3	Media Sosial	3.60	72.01%	Kuat

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Dari tabel deskripsi variabel penelitian dilihat TCR tertinggi adalah media sosial dengan TCR 72.01% dengan kategori kuat. Sedangkan variabel dengan tingkat TCR paling rendah adalah variabel literasi keuangan dengan nilai TCR 53.73% dengan kategori cukup.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual	
N			105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.00
	Std. Deviation		9.378
Most Extreme Differences	Absolute		.068
	Positive		.068
	Negative		-.034
Test Statistic			.068
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.263
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.252
		Upper Bound	.275

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Dari tabel hasil uji normalitas, terlihat nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.200 > 0.05. Dengan demikian, disimpulkan data tersebut mengikuti distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku	Between (Combined)	2122.108	10	212.211	1.628	.111
	Groups					
Konsumtif *	Linearity	1499.353	1	1499.353	11.500	.001
	Deviation from					
Literasi	Linearity	622.755	9	69.195	.531	.849
	Groups					
Keuangan	Within Groups	12255.283	94	130.375		
	Total	14377.390	104			

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Tabel hasil uji linieritas, nilai signifikansi yang didapat adalah 0.849 > 0.05. Disimpulkan ada hubungan linier variabel independen dan dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.996	1.004
	Media Sosial	.996	1.004

Sumber: Data Primer Diolah 2024

Dari tabel, nilai tolerance untuk setiap variabel independen adalah 0.996 > 0.1. Nilai VIF setiap variabel independen juga tercatat sebesar 1.004 < 10. Disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.484	3.656		-.406	.686
Literasi Keuangan	.253	.272	.090	.930	.354
Media Sosial	.123	.057	.208	2.157	.033

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas, terlihat nilai signifikansi untuk setiap variabel: Literasi Keuangan ($0.357 > 0.05$) dan Media Sosial ($0.033 < 0.05$). Disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada variabel literasi keuangan, sedangkan pada variabel media sosial, gejala heteroskedastisitas terdeteksi.

Tabel 6. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.763	5.920		4.690	,001
Literasi Keuangan	-1.980	.440	-.357	-4.505	,001
Media Sosial	.594	.092	.511	6.451	,001

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Dari tabel, didapat nilai konstanta 27.763, dengan variabel X1 (literasi keuangan) sebesar -1.980 dan variabel X2 (media sosial) sebesar 0.594. Nilai konstanta 27.763 menunjukkan bahwa jika nilai literasi keuangan dan media sosial sama dengan 0, perilaku konsumtif siswa akan berada pada angka 27.763. Koefisien untuk literasi keuangan (X1) bernilai negatif, yaitu -1.980, yang menunjukkan dampak negatif dari literasi keuangan pada perilaku konsumtif siswa. Dengan kata lain, setiap kenaikan 1 poin pada literasi keuangan (X1) akan mengakibatkan penurunan perilaku konsumtif (Y) 1.980. Sementara itu, koefisien untuk media sosial (X2) bernilai positif, yaitu 0.594, yang berarti setiap peningkatan dalam penggunaan media sosial akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif siswa sebesar 0.594.

Tabel 7. Hasil Uji F Hipotesa Tiga

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5231.038	2	2615.519	29.168	,001b
Residual	9146.353	102	89.670		
Total	14377.390	104			

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Analisis dampak serentak literasi keuangan dan media sosial pada perilaku pembelian konsumen mahasiswa, memakai program SPSS, nilai F hitung 29,168 dan nilai signifikansi F 0,001. Nilai signifikansi $F < 0,05$ ($0,001 < 0,05$), dan F hitung $>$ nilai F tabel ($29,168 > 3,06$), menghasilkan kesimpulan hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Memperlihatkan literasi keuangan dan media sosial secara kolektif memberikan dampak substansial pada perilaku pembelian konsumen mahasiswa. Dengan kata lain, kedua variabel tersebut berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumtif siswa kelas XI di SMA Negeri 1 Padang.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.763	5.920		4.690	,001
Literasi Keuangan	-1.980	.440	-.357	-4.505	,001
Media Sosial	.594	.092	.511	6.451	,001

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Dari tabel, ditarik kesimpulan mengenai pengujian hipotesis penelitian. Hipotesis awal untuk menguji dampak variabel literasi keuangan pada perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Padang. Hasil analisis data memperlihatkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, H1 diterima dan H0 ditolak. Menunjukkan literasi keuangan berdampak pada perilaku belanja siswa. Hipotesis kedua untuk menguji pengaruh variabel media sosial pada perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Padang. Hasil analisis memperlihatkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, H1 diterima dan H0 ditolak. Disimpulkan media sosial berdampak pada perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Padang.

Tabel 9. Koefisien Determinasi Hipotesa Tiga

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603a	.364	.351	9.469

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Nilai Adjusted R Square 0,351 memperlihatkan sekitar 35,1% perilaku konsumsi mahasiswa dipengaruhi literasi keuangan dan media sosial. 64,9% dipengaruhi faktor yang tidak dibahas pada penelitian.

PEMBAHASAN

Analisis perolehan ini akan dikaji berlandaskan rincian perolehan uji yang dilakukan sebelumnya. Uraian ini menyajikan informasi terperinci mengenai variabel-variabel yang diteliti dalam temuan ini, khususnya tentang dampak literasi keuangan dan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Padang. Fokus dari pembahasan ini untuk menginterpretasikan bagaimana literasi keuangan serta penggunaan media sosial mempengaruhi kebiasaan konsumsi siswa. Dengan demikian, pembahasan akan menyertakan evaluasi mendalam mengenai pengaruh kedua variabel tersebut terhadap pola konsumsi siswa, sesuai dengan temuan analisis yang telah dilakukan.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

Hasil dari kajian dan pengujian berdasarkan uji signifikansi parameter simultan (Uji F) yakni nilai sig. $0.001 < 3.06$. Dengan demikian berarti bahwasanya variabel literasi keuangan dan media sosial secara berdampingan mempunyai pengaruhnya yang tinggi terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Negeri 1 Padang. Literasi keuangan merupakan pemahaman siswa terhadap keuangan dan media sosial merupakan sarana komunikasi secara tidak langsung yang mempunyai pengaruhnya dengan tinggi terhadap perilaku konsumtif yang sebagai uatu sikap pembelanjaan secara tidak rasional oleh siswa.

Literasi keuangan mempunyai pengaruhnya secara negative terhadap perilaku konsumtif siswa. Jika siswa SMA Negeri 1 Padang mempunyai literasi pada keuangannya bagus adapun perilaku konsumtif siswa tentunya berkurang sehingga siswa dapat menggunakan keuangannya secara rasional dan penuh dengan pertimbangan. Begitu juga sebaliknya, apabila literasi pada keuangan siswa kurang bagus adapun perilaku konsumtif siswa tentunya bertambah sehingga siswa akan cenderung menggunakan uangnya untuk pembelanjaan yang tidak rasional dan tidak sesuai kebutuhannya.

Sedangkan media sosial mempunyai pengaruhnya secara positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Semakin intensif siswa menggunakan media sosial, adapun perilaku konsumtif pada siswa tentunya semakin meningkat karena berdasarkan hasil penelitian siswa mudah terpengaruh terhadap informasi yang dibaca di media sosial. Begitu juga sebaiknya, semakin jarang siswa menggunakan media sosial akan menjadikan perilaku konsumtifnya menjadi menurun.

Sejalan dengan temuan oleh Izzati (2021) yang mengatakan bahwa penelitian ini menemukan bahwasanya literasi mengenai keuangan dan penggunaan dalam bermedia sosial secara tinggi memengaruhi bagaimana perilaku konsumtif pada siswa SMA. Berikutnya penelitian Nababan (2013) terdapat hubungan negatif pada variabel penelitian yang sama. Artinya, ketika mahasiswa mempunyai tingkat pemahaman yang lebih baik mengenai keuangan maka mengurangi perilaku pemborosan hingga konsumtif saat membeli produk maupun jasa. Perolehan ini menegaskan pentingnya pemahaman keuangan yang baik dalam membantu mahasiswa mengendalikan kebiasaan konsumsinya. Dan Santoso (2017) memberikan hasil yang serupa, di mana literasi keuangan juga mempunyai dampaknya secara negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya mahasiswa yang lebih paham mengenai keuangan cenderung membuat keputusan yang lebih bijak dalam hal pengeluaran, sehingga lebih mampu menahan diri dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Perolehan analisis determinasi mengindikasikan ada korelasinya yang cukup kuat diantara Literasi Keuangan dan Media Sosial dengan Perilaku Konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Padang. Hal ini menunjukkan jika kedua variabel tersebut secara tinggi memengaruhi perilaku konsumtif siswa. Secara spesifik, 36.4% dari perilaku konsumtif siswa dipengaruhi oleh literasi keuangan dan aktivitas di media sosial. Namun, masih ada 63.6% dari perilaku konsumtif yang berasal dari faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam kajian ini, yang bisa mencakup berbagai aspek lain di luar cakupan variabel kajian.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

Adapun tujuannya dilakukan kajian ini salah satunya yaitu guna melihat pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Pengujian hipotesa mengindikasikan bahwasanya literasi keuangan mempunyai pengaruhnya dengan negatif namun tinggi pada perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Padang. Perolehan ini didapat berdasarkan regresi linear berganda dengan nilai koefisien negatif -1.980. Serta didapatkan nilai sig. pada uji t hasil analisis regresi berganda yaitu $0.001 < \alpha 0.05$.

Berpengaruhnya variabel tersebut terhadap siswa SMA Negeri 1 Padang memiliki kesan bahwasanya pemahaman mengenai konsep dasar keuangan dan risiko yang terkait sangatlah penting bagi siswa, terutama dalam konteks membuat keputusan pembelian. Tanpa landasan pengetahuan keuangan yang memadai, siswa mungkin akan cenderung membuat pembelian yang tidak rasional, didasarkan pada impuls atau keinginan sesaat, daripada pertimbangan yang matang. Oleh sebab itu, penguasaan terhadap konsep dan risiko keuangan perlu ditingkatkan khususnya siswa mampu memiliki pemahaman kedepannya dan bisa berpikir

sebelum bertindak agar lebih bijaksana dan terhindar dari pembelian yang tidak efektif secara keuangan agar tidak bisa lebih mempertimbangkan keputusan dalam pembelian secara rasional. Hal ini sesuai dengan temuan sLusuardi dan Mitchell (2014) menyatakan bahwasanya peningkatan literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan jika literasi keuangan mempunyai pengaruhnya secara negatif dan tinggi pada perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Padang.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa

Adapun maksud dilakukannya kajian ini guna melihat bagaimana pengaruhnya Media Sosial (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y2). Berdasarkan perolehan pengujian hipotesa mengindikasikan bahwasanya Media Sosial mempunyai pengaruhnya secara tinggi dan negatif terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMA Negeri 1 Padang. Temuan ini didapati berdasarkan perolehan regresi linear berganda pada nilai koefisien negatif 0.594 dan sig. pada uji t $0.001 < 0.05$.

Berpengaruhnya Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif terhadap siswa SMA Negeri 1 Padang dapat peneliti lihat dari mudahnya siswa terpengaruh informasi dibaca di media sosial. Berdasarkan itu mampu disimpulkan bahwasanya semakin intensif penggunaan media sosial maka akan berpengaruh terhadap keputusan siswa terhadap pembelian yang tidak didasari dengan melakukan penimbangan yang rasional. Hal ini sejalan dengan Fatimah (2020) bahwasanya penggunaan media sosial mempunyai pengaruhnya secara positif dan tinggi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Serupa dengan temuan Suryani (2019) menyatakan bahwa bahwa kecanduan dalam menggunakan internet khususnya bermedia sosial mempunyai pengaruhnya secara positif pada perilaku konsumtif siswa SMA. Dengan demikian bahwasanya Media Sosial mempunyai pengaruhnya secara tinggi dan positif terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMA Negeri 1 Padang.

SIMPULAN

Hasil penelitian dan analisis memperlihatkan literasi keuangan dan media sosial secara bersama memberi dampak cukup besar pada perilaku konsumen siswa kelas XI SMA Negeri 1 Padang. Hal ini terlihat dari nilai konstanta positif, memperlihatkan peningkatan pada variabel dependen akan diikuti peningkatan pada variabel independen. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan dan pemanfaatan media sosial berkorelasi positif dengan perilaku berbelanja siswa di SMA Negeri 1 Padang. Sebaliknya, jika literasi keuangan dan pemakaian media sosial rendah, maka perilaku konsumtif siswa juga akan menurun. Kedua, terdapat hubungan signifikan dan negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Padang. Ini terlihat dari nilai konstanta negatif, yang berarti bahwa jika variabel dependen meningkat, variabel independen akan mengalami penurunan. Singkatnya, literasi keuangan yang tinggi di kalangan siswa berkorelasi dengan berkurangnya aktivitas konsumen, sedangkan literasi keuangan yang buruk dikaitkan dengan meningkatnya perilaku konsumen. Selain itu, media sosial memberikan dampak yang substansial dan bermanfaat terhadap perilaku konsumen siswa di SMA Negeri 1 Padang. Dibuktikan nilai konstanta positif, yang

menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel dependen akan diikuti dengan peningkatan pada variabel independen. Artinya, semakin sering siswa menggunakan media sosial, semakin tinggi perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, jika penggunaan media sosial semakin jarang, perilaku konsumtif siswa juga menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2020). Survei Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2020. APJII.
- CNN Indonesia. (2018). Survei Online: Perilaku Konsumtif Remaja Indonesia. CNN Indonesia.
- Efendi, M. R., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Facebook sebagai social media marketing terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Universitas Jember*, Jember.
- Fatimah, S., Noorhayati, N., & Puspitasari, R. (2020). *The influence of social media usage and lifestyle on consumptive behavior of college students. The International Journal of Business Management and Technology*, 4(3), 113-119.
- Fransisca, C. (2020). Media sosial dan perilaku konsumtif. Universitas Tarumanagara.
- Izzati, R. N., Lina, L., & Adhariani, D. (2021). *The influence of financial literacy and social media usage on consumptive behavior of high school students. Jurnal Economia*, 17(1), 1-14.
- Khrishananto, N., & Adriansyah, A. (2021). Peran media sosial dalam literasi keuangan di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 121-136.
- Kurniawati, D. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi siswa di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 123-135.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- Mangkunegara, A. P. (2019). Perilaku konsumen (Cet. 6). Redaksi Refika.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2013). Analisis *personal financial literacy dan financial behavior* mahasiswa strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1).
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Laporan Profil Industri Keuangan Digital Indonesia 2021. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2019. Jakarta: OJK.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed., p. 35). McGraw-Hill.
- Santoso, A., & Ningrum, R. P. (2017). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(3).
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *E-Journal YMBZ*, 3(2).
- Suryani, I. H., Indraswari, R., & Dewi, N. P. R. (2019). *The influence of social media addiction and materialism on consumptive behavior of high school students. International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 234-242.
- Umami, N., & Syofyan, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan digital dan konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 2(1), 341-354.
- Wahyudi, R. A. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif siswa program keahlian akuntansi SMKN 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 54.

Wati, N. M. I. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pegawai (Studi kasus PT Pelabuhan Indonesia I Persero Medan). Sumatera Utara : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.