

Pengaruh Literasi Keuangan dan *Spending Habit* Terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace Dengan Keuangan Pribadi Sebagai Variabel Moderating

Oleh:

Arsy Maulana Firdaus (202010300084)

Sigit Hermawan (0003127501)

Program Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April 2024

Pendahuluan

Belanja online melalui marketplace telah menjadi gaya hidup masyarakat modern, termasuk di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses dan beragam pilihan produk menarik membuat marketplace menjadi pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan. Namun, kemudahan ini perlu diiringi dengan **literasi keuangan** yang baik. Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam mengelola keuangan yang penting untuk membangun kebiasaan belanja yang sehat dan terhindar dari masalah keuangan. **Spending habit** atau kebiasaan berbelanja juga memiliki pengaruh terhadap keputusan berbelanja di marketplace. Kebiasaan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, dan pengaruh media. **Keuangan pribadi** yang baik merupakan cerminan dari kemampuan individu dalam mengelola keuangannya. Hal ini menjadi variabel moderating yang penting dalam penelitian ini, di mana tingkat literasi keuangan dan spending habit diuji pengaruhnya terhadap keputusan berbelanja di marketplace, dengan mempertimbangkan kondisi keuangan pribadi individu.

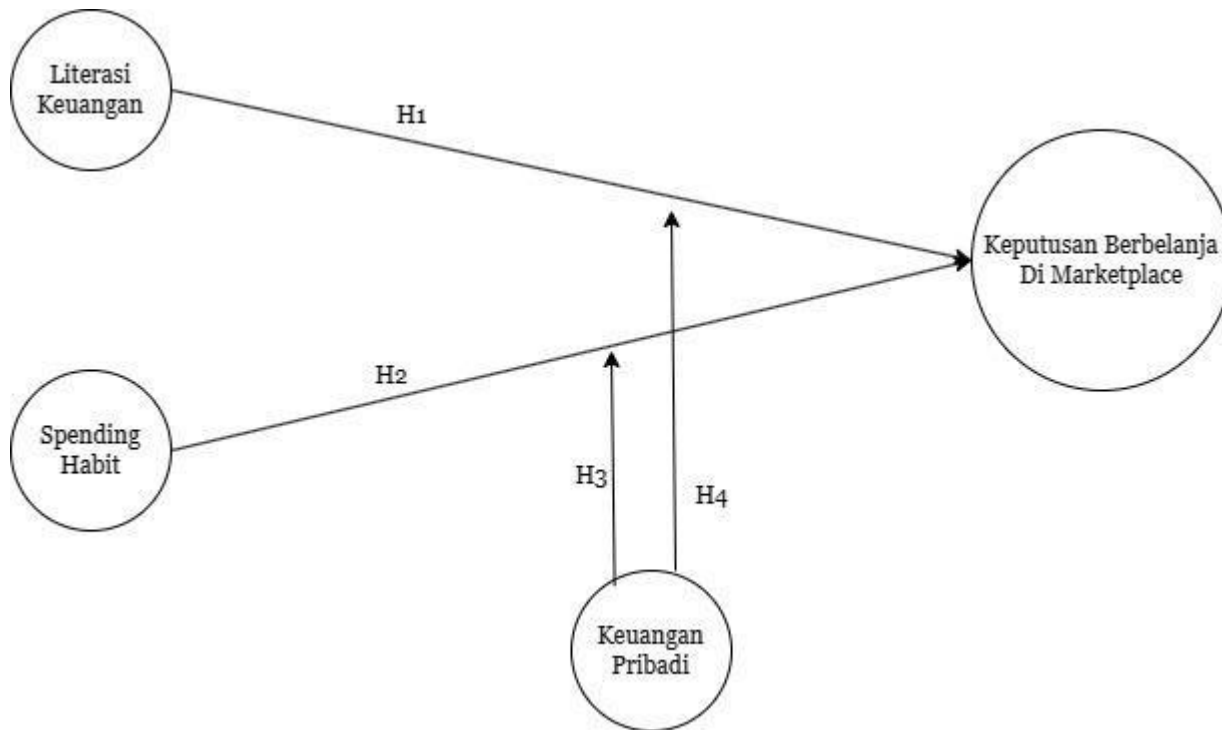
Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace ?
- Apakah Spending Habit berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace?
- Apakah Keuangan Pribadi memperkuat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja Di Marketplace ?
- Apakah Keuangan Pribadi memperkuat pengaruh Spending Habit terhadap Keputusan Berbelanja Di Marketplace ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan spending habit terhadap Keputusan berbelanja di marketplace dengan keuangan pribadi sebagai variable moderating.

Kerangka Konseptual :



Pengembangan Hipotesis :

H1: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace

H2: Spending Habit berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace

H3: Keuangan Pribadi memperkuat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace

H4: Keuangan Pribadi memperkuat pengaruh Spending Habit terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace

Metode

Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian kuantitatif digunakan dalam karya penelitian ini. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan analisis statistik dan data numerik untuk menguji hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian tersebut adalah mahasiswa akuntansi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Adapun jumlah populasi penelitian ini adalah 161 angkatan 2020 prodi akuntansi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan Data Penelitian Kuantitatif ini menggunakan metode kuesioner.

Teknik Analisis

Teknik Analisis yang digunakan adalah Statistical Package for Social Sciences (SPSS)

Uji Hipotesis

Menggunakan Uji t

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Tabel. 3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Pearson Corelation (r hitung)	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.942**	0.152	Valid
	X1.2	0.425**	0.152	Valid
	X1.3	0.221**	0.152	Valid
	X1.4	0.852**	0.152	Valid
	X1.5	0.254**	0.152	Valid
	X1.6	0.559**	0.152	Valid
Spending Habit (X2)	X2.1	0.183**	0.152	Valid
	X2.2	0.882**	0.152	Valid
	X2.3	0.717**	0.152	Valid
	X2.4	0.338**	0.152	Valid
	X2.5	0.852**	0.152	Valid
Keuangan Pribadi (Z)	Z.1	0.221**	0.152	Valid
	Z.2	0.426**	0.152	Valid
	Z.3	0.358**	0.152	Valid
	Z.4	0.191**	0.152	Valid
	Z.5	0.408**	0.152	Valid
Keputusan Berbelanja (Y)	Y.1	0.816**	0.152	Valid
	Y.2	0.761**	0.152	Valid
	Y.3	0.600**	0.152	Valid
	Y.4	0.675**	0.152	Valid
	Y.5	0.880**	0.152	Valid

Sumber : Data olahan SPSS versi 26, 2023

Semua item kuisisioner yang digunakan untuk mengukur variabel dianggap valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Reabilitas

Tabel. 4
Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.825	Reliabel
Spending Habit (X2)	0.797	Reliabel
Keuangan Pribadi (Z)	0.788	Reliabel
Keputusan Berbelanja (Y)	0.789	Reliabel

Sumber : Data olahan SPSS versi 26, 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reabilitas tersebut, item-item pernyataan atas instrumen tiap variabel dikatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Menurut [6] kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Reabilitas

Tabel. 4
Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.825	Reliabel
Spending Habit (X2)	0.797	Reliabel
Keuangan Pribadi (Z)	0.788	Reliabel
Keputusan Berbelanja (Y)	0.789	Reliabel

Sumber : Data olahan SPSS versi 26, 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reabilitas tersebut, item-item pernyataan atas instrumen tiap variabel dikatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Menurut [6] kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Hasil Penelitian

Hasil Uji t

Tabel. 7
Hasil Uji T (parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	20.478	1.214		16.874	.000
	<u>Literasi Keuangan (X1)</u>	1.429	.500	3.161	2.856	.005
	<i>Spending Habit (X2)</i>	1.691	.596	3.409	2.839	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Berbelanja

Hasil Penelitian

Hasil Uji Regresi Moderasi (Moderate Regression Analysis) / MRA

Tabel. 8
Hasil Uji Moderasi (Moderate Regression Analysis) / MRA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	20.478		16.874	.000	
	Moderasi_X1	.063	.021	5.300	3.034	.003
	Moderasi_X2	-.069	.025	-5.158	-2.777	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Berbelanja

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada tabel 7, variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja.

Pengaruh *Spending Habit* terhadap Keputusan Berbelanja

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada tabel 7, variabel Kebiasaan Belanja (*Spending Habit*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja di Moderasi oleh Keuangan Pribadi

Berlandaskan hasil pengamatan yang didapat, Keuangan Pribadi mampu memoderasi Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja ini diamati pada table 8, variable Keuangan Pribadi bisa memoderasi atau mempererat relasi antara Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja dan signifikan.

Pengaruh *Spending Habit* terhadap Keputusan Berbelanja di Moderasi oleh Keuangan Pribadi

Berlandaskan hasil pengamatan yang didapat, Keuangan Pribadi mampu memoderasi *Spending Habit* terhadap Keputusan Berbelanja ini diamati pada table 8, variable Keuangan Pribadi bisa memoderasi atau mempererat relasi antara *Spending Habit* terhadap Keputusan Berbelanja dan signifikan.

Kesimpulan

1

literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja di marketplace.

2

spending habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja di marketplace.

3

Keuangan pribadi mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan berbelanja.

3

Keuangan pribadi mampu memoderasi hubungan antara spending habit dan keputusan berbelanja.

Referensi

1. Y. Widiyawati, C. D. S. Ningsih, F. Lestari, and G. Pramita, “ANALISIS PENGARUH BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU PERJALANAN BELANJA DIMASA PANDEMI COVID-19,” *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, vol. 3, no. 02, p. 25, Aug. 2022, doi: 10.33365/jice.v3i02.2151.
2. Yesipah and Susilo Setiyawan, “Pengaruh Literasi Keuangan, Lokus Kendali dan Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, pp. 53–60, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrmb.v3i1.2063.
3. M. N. Ningtyas, “Literasi Keuangan pada Generasi Milenial,” *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, vol. 13, no. 1, pp. 20–27, May 2019, doi: 10.32812/jibeka.v13i1.111.

