This research aims to obtain empirical evidence that confirms financial literacy and spending habits are several factors that have the potential to influence shopping decisions in the marketplace with personal finances as a moderating variable. The research method used is quantitative. The population was taken from all Active Semester 7 Students Class of 2020 at Muhammadiyah University of Sidoarjo. This research used a population of 115 people at the Muhammadiyah University of Sidoarjo, both male and female. Sampling used purposive sampling technique. The data analysis technique used is the questionnaire data analysis technique used in the research, namely using validity and reliability tests, hypothesis testing using multiple linear regression analysis, using statistical software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 26. Results of data analysis of Financial Literacy Research and Spending Habit has a significant positive effect on Shopping Decisions. Meanwhile, personal finance as a moderating variable shows a positive value for financial literacy on shopping decisions, while the negative influence is proven from the moderating results of personal finances on spending habits on shopping decisions. The implication of this research is that it provides additional information that increases their wiser shopping decisions. Personal finances are able to moderate the relationship between financial literacy and shopping decisions. This means that the better students' personal financial management, the stronger the influence of financial literacy on their shopping decisions. Personal finances are able to moderate the relationship between spending habits and shopping decisions. This means that the better students' personal financial management, the stronger the influence of spending habits on their shopping decisions.

Keywords: Financial Literacy; Spending Habits; Marketplace Shopping Decisions; Personal Finance.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris yang menegaskan literasi keuangan dan *spending habit* merupakan beberapa faktor yang berpotensi mempengaruhi keputusan berbelanja di marketplace dengan keuangan pribadi sebagai variable moderating. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi diambil dari seluruh Mahasiswa Aktif Semester 7 Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 115 orang pada Universitas Muhammadiyah sidoarjo dengan jenis kelamin laki -laki dan perempuan. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data angket yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, menggunakan software statistik Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 26. Hasil analisis data Penelitian Literasi Keuangan dan Spending Habit berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berbelanja. Sedangkan keuangan pribadi sebagai variable moderating menunjukkan nilai positif untuk literasi keuangan terhadap keputusan berbelanja, sedangkan pengaruh negative di buktikan dari hsil moderasi keunagan pribadi kepada spending habit terhadap keputusan berbelanja. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan tambahan informasi bahwa meningkatkan semakin bijak pula keputusan mereka dalam berbelanja. Keuangan pribadi mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan berbelanja Artinya, semakin baik pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, semakin kuat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan berbelanja mereka. Keuangan pribadi mampu memoderasi hubungan antara spending habit dan keputusan berbelanja. Artinya, semakin baik pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, semakin kuat pengaruh spending habit terhadap keputusan berbelanja mereka.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; *Spending Habit*; Keputusan Berbelanja di Marketplace; Keuangan Pribadi