

1. Fix Skripsi_Arsy Maulana Firdaus_202010300084.docx

by 1 Perpustakaan UMSIDA

Submission date: 25-Jul-2024 08:09AM (UTC+0700)

Submission ID: 2422030758

File name: 1. Fix Skripsi_Arsy Maulana Firdaus_202010300084.docx (138.44K)

Word count: 4042

Character count: 27399



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN *SPENDING HABIT* TERHADAP
KEPUTUSAN BERBELANJA DI MARKETPLACE DENGAN KEUANGAN
PRIBADI SEBAGAI VARIABLE MODERATING**

Arsy Maulana Firdaus
NIM : 202010300084
Sigit Hermawan
NIDN : 0003127501

SKRIPSI

Program Studi Akuntansi
Fakultas Bisnis, Hukum & Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Januari, 2024

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

Arsy Maulana Firdaus, Sigit Hermawan, Wiwit Hariyanto

Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Email: arsymaulana2607@gmail.com
Email : sigithermawan@umsida.ac.id

Abstrak

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.

PENDAHULUAN

Belanja online melalui marketplace telah menjadi gaya hidup masyarakat modern. Kemudahan akses dan beragam pilihan produk menarik membuat marketplace menjadi pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan. Dengan kemajuan teknologi, internet sekarang menjadi sangat mudah diakses oleh semua orang, mulai dari remaja hingga dewasa. Akibatnya, tidak jarang banyak orang beralih ke internet untuk membuka beberapa situs web, salah satunya adalah situs belanja *online*[1]. Dalam istilah yang paling umum, *marketplace* adalah platform yang menawarkan produk dan layanan dari banyak penjual, yang dapat dibeli oleh klien. Di marketplace para pembeli bisa membeli suatu produk tanpa harus bertatap muka dengan penjual.

Menurut Bank Indonesia (BI), nilai transaksi e-commerce di Indonesia diperkirakan akan mencapai Rp. 476,3 triliun pada tahun 2022, meningkat sebesar 18,8% dari tahun sebelumnya yang mencapai Rp. 401 triliun. Pada tahun 2023 nilai ini diproyeksikan akan tumbuh lagi sebesar 20% hingga mencapai Rp. 572 triliun. Sebagai hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), diperkirakan jumlah pengguna internet Indonesia akan mencapai 214,63 juta pada tahun 2022-2023. Tidak mengherankan jika e-commerce kini menjadi cara yang praktis dan mudah bagi banyak orang untuk berbelanja. Pertumbuhan marketplace di Indonesia meningkat di tahun 2021 muncul 7 marketplace terbesar seperti tokopedia, shopee, dan bukalapak. Dan di tahun 2024 muncul lagi marketplace hingga menjadi 25 marketplace terkemuka. Dengan fenomena yang muncul tersebut tingkat literasi keuangan dan *spending habit* menjadi sebuah topik yang menarik karena masyarakat semakin konsumtif akan berbelanja di marketplace. Oleh karena itu literasi keuangan sangat diperlukan untuk mengetahui apakah perilaku konsumtif itu dipengaruhi oleh keuangan pribadi.[2], [3], [4]

10 Literasi keuangan adalah pengetahuan, kemahiran, dan kepercayaan yang mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan pribadi, sehingga meningkatkan pengambilan keputusan dan mencapai kesejahteraan.[5]. Keahlian literasi keuangan adalah kunci untuk menghindari masalah keuangan. Kegagalan mengelola keuangan dapat menyebabkan masalah keuangan meningkat. Setiap orang memerlukan pengetahuan serta pemahaman tentang keuangan pribadi supaya dapat membuat keputusan yang tepat, sehingga setiap orang harus mendapatkan yang terbaik untuk menggunakan instrumen keuangan dan memahami keuangan. Diharapkan setiap orang dapat mengelola keuangan mereka dengan bijak dan terarah[6]. Literasi keuangan, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, sangat memengaruhi perilaku yang

berkaitan dengan keuangan[7]. Literasi keuangan ini erat kaitannya dengan kebiasaan pengeluaran. Karena tingkat kebiasaan pengeluaran seseorang diukur dengan tingkat kephahaman akan literasi keuangan[8].

Spending habit adalah kebiasaan dalam pengeluaran uang yang seringkali dilakukan secara tidak sadar dan terkait dengan kondisi tertentu. Untuk mengubah kebiasaan pengeluaran uang yang buruk, seseorang harus memahami kebiasaan tersebut dan mengetahui penyebabnya. Kebiasaan pengeluaran uang ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti lingkungan sekitar seseorang, kebiasaan keluarga, dan pengalaman masa lalu. Selain itu, seseorang harus membuat rencana pengeluaran yang sehat dan memprioritaskan uang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan[9]. Perilaku ini terjadi lebih banyak dikalangan mahasiswa, dikalangan mahasiswa. Mahasiswa mempunyai kecenderungan untuk membelanjakan uang mereka untuk gaya hidup[10]. Perilaku konsumtif tersebut sangat berpengaruh terhadap literasi keuangan mereka.

Kuangan pribadi adalah istilah yang mengacu pada cara seseorang mengelola dan mengelola uang mereka untuk mencapai tujuan keuangan dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Ini termasuk mengelola anggaran, mengontrol pengeluaran, mencari dan menyimpan sumber daya, dan membuat keputusan finansial. Dengan memahami dan mengelola keuangan pribadi dengan baik, seseorang dapat mencapai kesejahteraan finansial dan mengatasi masalah keuangan yang mungkin terjadi di masa depan[11]. Salah satu elemen penting dalam keuangan pribadi adalah literasi keuangan, yang mengacu pada pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang terinformasi. Penggunaan pasar online, terutama di kalangan mahasiswa, telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Namun, penting untuk memahami bagaimana keterampilan keuangan mempengaruhi cara mahasiswa membelanjakan uang mereka di platform ini. Terlalu sering berbelanja di marketplace maka munculah sesuatu fenomena yaitu spending habit. Spending Habit adalah boros atau tidaknya laki-laki atau Perempuan dalam berbelanja dan pemakaian uang[8].

Penelitian ini mempunyai empat variable yaitu literasi keuangan dan spending habit sebagai variabel independen, Keputusan berbelanja di marketplace sebagai variabel dependen, dan keuangan pribadi sebagai variabel moderating. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu karena variabel moderating yang mengubah cara mempengaruhi variabel independen dan dependen. Dengan demikian, keterbaruan dari penelitian ini adalah variabel keuangan pribadi yang mempengaruhi variabel literasi keuangan dan spending habit terhadap Keputusan berbelanja di marketplace

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu terdapat pada pemilihan variable. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [12] memfokuskan kepada *locus of control*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan *locus of control*, dan kebiasaan berbelanja terhadap pengelolaan keuangan pribadi secara parsial dan simultan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [13] Hasil dari analisis regresi pertama menunjukkan bahwa kebiasaan pengeluaran memiliki nilai signifikansi yang lebih rendah dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kemampuan diri sendiri untuk bermobil dan literasi keuangan. Sebaliknya, nilai signifikansi untuk kebiasaan pengeluaran memiliki nilai signifikansi yang lebih tinggi dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara keduanya. Dengan kata lain, ada hubungan antara kebiasaan menghabiskan uang dan literasi keuangan, menurut hasil penelitian regresi kedua. Menunjukkan hasil, yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara self-mobile, dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. efektifitas dan kebiasaan pengeluaran terkait penggunaan spaylater untuk literasi

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Membeli Di Marketplace

Studi sebelumnya telah menyelidiki bagaimana literasi keuangan, kepercayaan, dan keamanan pembayaran berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar. Salah satu penelitian yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh [14]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, kepercayaan, dan keamanan pembayaran berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar dan dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace

Pengaruh Spending Habit Terhadap Keputusan Membeli Di Marketplace

Penggunaan marketplace sebagai alternatif berbelanja mendapatkan respon yang sangat positif di kalangan Masyarakat. Seperti penelitian yang dilakukan oleh [13]. Spending Habit berpengaruh positif terhadap minat beli di marketplace ini dikarenakan minat beli Masyarakat yang gemar berbelanja online. Selanjutnya penelitian ini juga sesuai dengan penelitian tersebut menyatakan bahwa pendapatan, niat perilaku, dan pengaruh sosial semuanya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan.

H2 : Spending Habit berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja di Marketplace

Pengaruh Keuangan Pribadi terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berbelanja di Marketplace

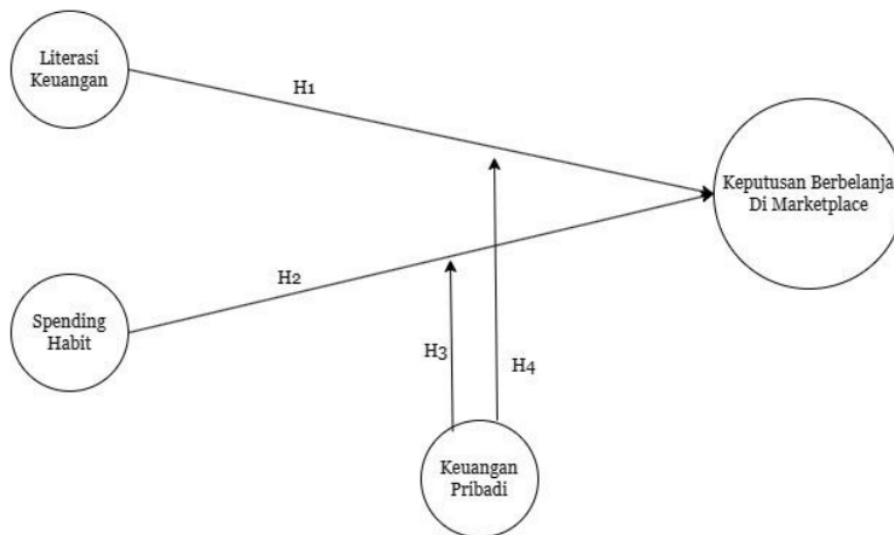
Menurut teori perilaku konsumen, Keputusan berbelanja dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan perilaku. Faktor psikologis meliputi kebutuhan, keinginan, persepsi, sikap, dan motivasi konsumen, sedangkan faktor perilaku meliputi pengalaman sebelumnya, pembelajaran, dan lingkungan sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh [15] menyatakan bahwa keuangan pribadi mempengaruhi literasi keuangan seseorang dalam berbelanja.

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

Pengaruh Keuangan Pribadi terhadap Spending Habit Melalui Keputusan Berbelanja di Marketplace

Menurut teori konsumen, ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan berbelanja konsumen. Pendapatan, kekayaan, dan preferensi konsumen adalah contoh faktor internal yang paling signifikan dalam mempengaruhi keputusan berbelanja. Karena mereka dapat membeli barang-barang yang mereka inginkan tanpa khawatir tentang pengeluaran, konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung memiliki kebiasaan berbelanja yang tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh [16] menunjukkan bahwa keuangan pribadi mempengaruhi kebiasaan mengeluarkan terhadap keputusan berbelanja seseorang.

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



Gambar 1. Kerangka Konseptual

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

II. METODE

Penelitian yang digunakan menggunakan kuantitatif untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan dan *spending habit* mahasiswa akuntansi UMSIDA dalam berbelanja di marketplace, dengan keuangan pribadi sebagai variabel moderasi[17]. Variabel adalah suatu konsep atau karakteristik yang dapat diukur atau diamati dalam penelitian. Variabel dapat berupa kuantitatif atau kualitatif, dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dalam penelitian. Contoh variabel dalam penelitian adalah literasi keuangan (X1), *spending habit* (X2), keuangan pribadi (Z), dan Keputusan berbelanja di marketplace (Y)[6], [13], [18].

13

Literasi keuangan (X1) adalah kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi[19].

Indikator literasi keuangan berdasarkan pandangan[19]:

1. Pemahaman tentang penggunaan produk dan layanan keuangan
2. Pengelolaan keuangan pribadi
3. Investasi
4. Pengalaman pembelanjaan yang mengedepankan kualitas

Spending Habit (X2) adalah merujuk pada kecenderungan seseorang dalam membelanjakan uang untuk memenuhi keinginan, yang dapat mencerminkan perilaku boros atau konsumtif[20].

Indikator Spending Habit berdasarkan pandangan[21]

1. Konsep perencanaan, merujuk pada rencana seseorang dalam mengeluarkan uang.
2. Konsep menabung, merujuk pada kebiasaan seseorang dalam menyisihkan sebagian uangnya untuk masa depan.
3. Konsep pembelian, merujuk pada cara seseorang dalam membeli barang atau jasa.

Keuangan Pribadi (Y) adalah cabang ilmu finansial yang berkaitan dengan manajemen keuangan individu, keluarga dan perusahaan kecil[22]

Indikator Keuangan Pribadi berdasarkan pandangan[23], [24]

1. Pengetahuan keuangan: Meliputi pengetahuan tentang pengelolaan/manajemen keuangan, perencanaan keuangan, pengeluaran dan pemasukan, uang dan aset, suku bunga, kredit, asuransi, dan investasi
2. Sikap keuangan: Meliputi orientasi terhadap keuangan pribadi, keamanan dana atau uang, dan pemahaman individu terhadap hubungan antara kepribadian dan manajemen keuangan
3. Perilaku manajemen keuangan: Meliputi persiapan anggaran, persiapan dana darurat, tindakan penghematan, dan pengelolaan keuangan sehari-hari

Keputusan Berbelanja di Marketplace (Z) adalah penggunaan teknologi yang diperbarui untuk memaksimalkan transaksi online[25].

Indikator Keputusan Berbelanja di Marketplace berdasarkan pandangan[26].

1. Akses yang mudah: Sesuai dengan nama, marketplace harus memudahkan akses dan navigasi untuk konsumen
2. Tampilan toko & produk: Marketplace harus menampilkan produk dengan baik dan secara menarik untuk mempengaruhi keputusan pembelian
3. Informasi dan ketersediaan produk: Konsumen perlu informasi yang jelas tentang produk, seperti informasi produk sedetail, foto produk, dan ketersediaan produk

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 yang digunakan menggunakan kuesioner online berupa google form yang dibagikan kepada mahasiswa akuntansi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dalam penelitian ini, sampel diambil secara acak untuk setiap elemen, tanpa mengukur populasi, sehingga menggunakan persamaan slovin. Yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Standar sampel/total responden

N = Jumlah populasi

e = Margin error atau presentase ketelitian dalam mengambil sampel yang dapat ditoleransi; = 0,05 maupun 5%

Dari rumus diatas, ditarik kesimpulan jika standar sampel dalam riset tersebut adalah:

$$n = \frac{161}{1 + 161(0,05)^2}$$

$$n = 115$$

Sehingga rumus diatas memperoleh 115 responden

5

Standar data dalam tiap items variabel didapat atas tanggapan responden saat mengisi angket. Pengukurannya dilaksanakan dengan likert scale pada skor 1 - 4, yakni:

1. Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 5
2. Setuju (S) diberikan nilai 4
3. Agak Setuju (AS) Diberikan nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) diberikan nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan nilai 1

Saat memberikan skor nilai, skala likert digunakan sebagai alternatif untuk mengukur perilaku. Tujuan dari keputusan skor ini adalah untuk mencegah responden menunjukkan perilaku netral. Selanjutnya, tabulasi dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen atau terikat. Peneliti menggunakan Statistical Package for Social Science, atau SPSS, sebagai alat analisis data dalam penelitian ini. Sebelum pengujian pengaruh, pengujian validitas dan reabilitas harus dilakukan terlebih dahulu untuk memastikan validitas dan reabilitas dari pertanyaan atau kuis dalam kuisioner.

Uji t dan uji koefisien determinasi (R²) dilakukan pada kuis yang memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka ada pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, atau hipotesis diterima. Selain itu, dapat digunakan uji signifikansi dengan ketentuan bahwa jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka ada pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel yang diteliti, digunakan uji koefisien determinasi (R²). Koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel terikat memiliki pengaruh yang lebih besar dari variabel bebas.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa akuntansi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan jumlah responden sebanyak 161 orang di angkatan 2020 prodi akuntansi. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain berdasarkan jenis kelamin dan berdasarkan umur responden. Pembagian Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin tersebut dapat dilihat pada tabel 1. Berikut :

Tabel. 1

Karakteristik Responden

Kriteria	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Mahasiswa Semester 7 Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo		
Laki – Laki .	11	9.6
Perempuan	104	90.4
Total	115	100

Sumber : Data olahan SPSS versi 26, 2023.

Berdasarkan tabel. 1 menjelaskan bahwa responden pada riset ini merupakan Mahasiswa Semester 7 Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Pada jenjang perguruan tinggi responden terbanyak berjenis kelamin perempuan dengan presentase 64,6% atau sebanyak 104 mahasiswa. Kemudian pada jenis kelamin laki – laki dengan presentase 35,4% atau sebanyak 57 mahasiswa.

Statistik Deskriptif Jawaban Responden

Analisis deskriptif jawaban responden dibuat untuk membantu peneliti memahami kecenderungan tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Hasil analisis deskriptif untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel. 2

Hasil Descriptive Statistic

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan (X1)	115	26.00	30.00	28.5750	1.16311
Spending Habit (X2)	115	22.00	25.00	23.8813	1.06027
Keuangan Pribadi (Z)	115	20.00	25.00	23.7750	1.15443
Keputusan Berbelanja (Y)	115	22.00	25.00	23.7375	1.03089
Valid N (listwise)	115				

Sumber : Data olahan SPSS versi 26, 2023

1 Hasil Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

7 Tabel. 3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Pearson Correlation (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
Keuangan Pribadi (Z)	X 6	0.852**	0.152	Valid
	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
Keputusan Berbelanja (Y)	Z.5	0.408**	0.152	Valid
	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 : 1 Data olahan SPSS versi 26, 2023

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

Hasil Uji Reabilitas

Tabel. 4
Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.825	1 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] kuisioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel. 5
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	20.478	1.214		16.874	.000
	Literasi Keuangan (X1)	-1.429	.500	-3.161	-2.856	.005
	Spending Habit (X2)	1.691	.596	3.409	2.839	.005
	M_X1	.063	.021	5.300	3.034	.003
	M_X2	-.069	.025	-5.158	-2.777	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Berbelanja
Sumber : Data olahan SPSS versi 26, 2023

Pengujian Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.460 ^a	.672	.651	.41123677282

a. Predictors: (Constant), M_X2_Z, Total.X1, Total.X2, M_X1_Z

8

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R persegi sebesar 0.651 yang menunjukkan pengaruh variabel dependen sebesar 65,1%. Ini menunjukkan bahwa kebiasaan berbelanja, variabel literasi keuangan memberikan pengaruh sebesar 65,1% terhadap keputusan berbelanja, dan variabel tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini adalah 35,9%

Hasil Uji t (uji parsial)

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
	Literasi Keuangan (X1)	1.429	.500	3.161	2.856	.005
	Spending Habit (X2)	1.691	.596	3.409	2.839	.005

2

a. Dependent Variable: Keputusan Berbelanja

Analisis Regresi Linier Berganda

4

Berdasarkan uji regresi linier berganda pada tabel 7, hasil uji t di atas terlihat bahwa T-hitung Literasi Keuangan (X1) adalah 2.856 dan T-tabel adalah 1.658 sehingga T-hitung > T-tabel serta signifikansi variabel Literasi Keuangan (X1) adalah 0.005 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, **H1 diterima**. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Literasi Keuangan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja (Y). Pada tabel 7, nilai T-hitung variabel Spending Habit (X2) adalah 2.839 sedangkan T-tabel adalah 1.658 sehingga T-hitung > T-tabel dengan signifikansi pada variabel Spending Habit (X2) adalah 0.005 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Sehingga **H2 diterima** dan dapat diambil kesimpulan bahwa Spending Habit (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berbelanja (Y).

Hasil Uji Regresi Moderasi (Moderate Regression Analysis) / MRA

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	20.478	1.214		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

Analisis Regresi Moderasi (Moderate Regression Analysis) / MRA

Berdasarkan uji MRA yang ditunjukkan pada table 7, hasil nilai T-hitung untuk variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Keputusan Berbelanja (Y) dengan variabel moderasi Keuangan Pribadi (Z) menunjukkan nilai adalah 3.034 dan t-tabel sebesar 1.658 sehingga T-hitung > T-tabel. Untuk variabel Literasi Keuangan (X1) tingkat signifikansi adalah 0.003 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Dengan begitu **H3 diterima** dan yang artinya bahwa Keuangan pribadi (Z) mampu memperkuat hubungan pengaruh (X1) Literasi Keuangan terhadap (Y) Keputusan Berbelanja, serta dapat disimpulkan bahwa, Keuangan Pribadi (Z) sebagai variable moderasi dapat memoderasi hubungan antara (X1) Literasi Keuangan terhadap (Y) Keputusan Berbelanja. Pada table 7, hasil nilai T-hitung untuk variabel Spending Habit (X2) terhadap Keputusan Berbelanja (Y) dengan variabel moderasi Keuangan Pribadi (Z) menunjukkan nilai adalah -2.034 dan t-tabel sebesar 1.658 sehingga T-hitung > T-tabel. Untuk variabel Spending Habit (X2) tingkat signifikansinya adalah 0.006 lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Dengan begitu **H4 diterima** dan yang artinya bahwa Keuangan pribadi (Z) mampu memperlemah hubungan pengaruh Spending Habit (X2) terhadap (Y) Keputusan Berbelanja, serta dapat disimpulkan bahwa, Keuangan Pribadi (Z) sebagai variable moderasi dapat memoderasi hubungan antara Spending Habit (X2) terhadap (Y) 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. Artinya yaitu jika literasi keuangan konsumen meningkat, maka keputusan pembelian di marketplace juga mengalami peningkatan. Konsumen dengan literasi keuangan tinggi dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat dan dapat menentukan prioritas kebutuhan mereka, sehingga saat memutuskan membeli barang di marketplace mereka hanya membeli barang yang bermanfaat dan sesuai kebutuhan. Konsumen dengan karakteristik tersebut dapat menghindari masalah keuangan dengan menekan pola hidup konsumtif, semakin tinggi pengetahuan keuangan dan keahlian seseorang ketika mengimplementasi aspek-aspek literasi keuangan diantaranya meliputi pengetahuan keuangan dasar, tabungan dan pinjaman serta asuransi, maka dapat menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang semakin efektif. Hasil penelitian ini konsisten serta mendukung penelitian [6], [27], [28], [29], [30]

Pengaruh Spending Habit terhadap Keputusan Berbelanja

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada tabel 7, variabel Spending Habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja. Artinya yaitu Semakin tinggi kesadaran seseorang dalam mengatur dan mengetahui prioritas dalam kebiasaan belanjanya, serta mengurangi pembelian yang tidak dianggap penting, akan menghasilkan perilaku keuangan yang lebih bijak dan pengelolaan keuangan yang semakin efektif. Dengan memahami apa yang benar-benar dibutuhkan dan memisahkan keinginan dari kebutuhan, individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih baik, menghindari pemborosan, dan memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada. Pengelolaan keuangan yang efektif ini tidak hanya membantu dalam mencapai stabilitas finansial, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan jangka panjang. Hasil penelitian ini konsisten serta mendukung penelitian [6].

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja di Moderasi oleh Keuangan Pribadi

Berdasarkan 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. Artinya yakni. Semakin tinggi kesadaran seseorang dalam mengatur dan mengetahui prioritas dalam berbelanja, melalui pengelolaan keuangan pribadi yang baik, semakin efektif pula literasi keuangan yang diterapkan secara teratur dalam manage keputusan belanja. Hal ini dianggap penting karena mampu membantu seseorang mengelola keuangan dengan lebih bijak [31]. Berdasarkan logika tersebut, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang memiliki tingkat literasi keuangan pribadi yang tinggi akan memiliki pengetahuan keuangan yang cukup untuk mendukung perilaku belanja yang lebih bijaksana dan terencana. Pemahaman mendalam tentang prioritas keuangan ini tidak hanya mempengaruhi keputusan belanja mereka, tetapi juga mendorong perilaku keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesejahteraan finansial jangka panjang [32].

Pengaruh Spending Habit terhadap Keputusan Berbelanja di Moderasi oleh Keuangan Pribadi

2

Berdasarkan 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. Artinya yakni Semakin tinggi kesadaran seseorang dalam mengatur dan mengetahui prioritas dalam kebiasaan belanjanya, serta adanya pertimbangan yang matang dalam mengelola keuangan pribadi, semakin efektif pula kontrol terhadap perilaku pembelian barang, sehingga kebiasaan belanja menjadi lebih teratur. Hal ini dianggap penting karena dapat membantu mengelola keuangan dengan bijak. Berdasarkan logika tersebut, kebiasaan belanja (*spending habit*) mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dapat mendukung dan mempererat perilaku keputusan belanja mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang prioritas keuangan, mahasiswa tidak hanya mampu membuat keputusan belanja yang lebih bijaksana, tetapi juga menciptakan pola pengelolaan keuangan yang sehat dan berkelanjutan, yang akan berkontribusi positif terhadap kesejahteraan finansial jangka panjang mereka[33].

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang pada penyebaran kuesioner kepada 161 mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja di marketplace. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin bijak pula keputusan mereka dalam berbelanja. Kemudian *spending habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja di marketplace. Artinya, semakin baik *spending habit* mahasiswa, 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.

Saran dalam penelitian ini adalah Universitas perlu meningkatkan program edukasi keuangan bagi mahasiswanya agar lebih berhati-hati lagi dalam berbelanja di marketplace. Mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi. Karena sampel penelitian hanya berasal dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Prodi Akuntansi Angkatan 2020 maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa mencakup daerah yang tingkat ketergantungan akan marketplace yang cukup tinggi. Adanya keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti mengharapkan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan tema yang sama dan variabel yang berbeda agar dapat melihat kontribusi variabel lain.

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

17%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	4%
2	Reza Syarifuddin Parmananda, Eny Maryanti. "Kualitas Laba: Menjelajahi Ekuitas yang Dinilai Terlalu Tinggi, Manajemen Laba, dan Volatilitas Arus Kas", Intelektualitas Jurnal Penelitian LintasKeilmuan, 2024 Publication	3%
3	journals.unisba.ac.id Internet Source	3%
4	economics.pubmedia.id Internet Source	3%
5	www.researchgate.net Internet Source	2%
6	ojs.unud.ac.id Internet Source	2%
7	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%

8	ijppr.umsida.ac.id Internet Source	1 %
9	ojs.stie-satyadharma.ac.id Internet Source	1 %
10	repository.unifa.ac.id Internet Source	1 %
11	Ayu Purbo Retno, Wiwit Hariyanto. "Kinerja Perusahaan Dongkrak Nilai Perusahaan di Tengah Inflasi Global", Jurnal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat, 2024 Publication	1 %
12	blog.binadarma.ac.id Internet Source	1 %
13	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
14	ejournal.uinsaid.ac.id Internet Source	1 %
15	journal.binus.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1 %