

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia pada awal tahun 2025, masih menunjukkan kinerja yang relatif stabil di tengah tantangan dan perubahan situasi ekonomi global maupun dalam negeri. Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (BPS), laju pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan I tahun 2025 tercatat sebesar 4,87% secara tahunan (*year-on-year*), dengan nilai Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan mencapai Rp3.264,5 triliun. Meski demikian, bila dibandingkan dengan triwulan sebelumnya (*quarter-to-quarter*), ekonomi Indonesia mengalami penurunan sebesar 0,98%. Hal ini menggambarkan adanya fluktuasi pada aktivitas ekonomi nasional, terutama pada komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga yang menjadi kontributor utama terhadap pembentukan PDB Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2025).

Konsumsi rumah tangga merupakan salah satu komponen utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Tingginya aktivitas konsumsi masyarakat menunjukkan peran penting sektor rumah tangga dalam menopang perekonomian nasional. Untuk melihat perkembangan pengeluaran konsumsi rumah tangga di Indonesia, berikut disajikan data pertumbuhan konsumsi rumah tangga dalam beberapa tahun terakhir.

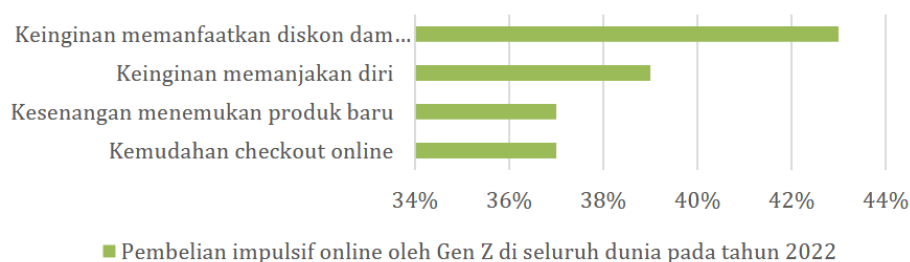
Tabel 1.1 Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2021-2025

Tahun	Pertumbuhan PKRT (%)
2021	2,02%
2022	4,93%
2023	4,82%
2024	4,94%
2025	5,11%

Sumber : BPS 2021-2025

Berdasarkan Tabel 1.1, pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga menunjukkan peningkatan dari tahun 2021 ke 2022, kemudian relatif stabil pada tahun 2023 dan 2024. Pada tahun 2021, pertumbuhan konsumsi masih tergolong rendah akibat dampak pandemi, namun pada tahun-tahun selanjutnya mengalami pemulihan yang cukup signifikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konsumsi masyarakat terus meningkat dan berperan sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata pengeluaran riil per kapita penduduk Indonesia pada tahun 2025 mencapai sekitar Rp1,06 juta per bulan atau setara Rp12,8 juta per tahun. Sebagian besar pengeluaran masyarakat masih dialokasikan untuk kebutuhan makanan, meskipun proporsi pengeluaran nonmakanan juga menunjukkan angka yang cukup signifikan. Data ini menunjukkan bahwa konsumsi tetap menjadi komponen utama dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Pergeseran pola konsumsi menuju sektor nonmakanan seperti pakaian, transportasi, komunikasi, dan rekreasi mencerminkan adanya modernisasi gaya hidup seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang positif (Badan Pusat Statistik, 2025). Pergeseran pola konsumsi tersebut juga terjadi pada generasi muda, khususnya Generasi Z yang tumbuh di era digital dan kemudahan transaksi keuangan, sehingga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif.

Grafik 1. 1 Pembelian Impulsif Online oleh Gen Z di Seluruh Dunia pada Tahun 2022



Sumber: Statista 2022

Perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z semakin menonjol seiring meningkatnya kecenderungan melakukan pembelian impulsif melalui *platform*

digital. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Statista Research Department, sekitar 43% Generasi Z melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya karena tertarik pada potongan harga dan promosi yang ditawarkan secara daring. Selain itu, 39% responden mengaku membeli barang sebagai bentuk apresiasi atau hadiah bagi diri sendiri, sementara 37% lainnya terdorong oleh rasa senang menemukan produk baru serta kemudahan proses pembayaran *online* (Statista Research Department, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa faktor emosional dan kemudahan akses teknologi menjadi pendorong utama perilaku konsumtif di era digital, terutama di kalangan generasi muda. Data tersebut juga menegaskan bahwa strategi pemasaran digital seperti promosi, diskon, serta kemudahan bertransaksi memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif Generasi Z (Maulidatinisa, 2025).

Fenomena tersebut juga terjadi di Indonesia, di mana perilaku pembelian impulsif menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi, khususnya di kalangan generasi muda. Perilaku pembelian impulsif di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi, khususnya di kalangan generasi muda. Sekitar 58% konsumen melakukan pembelian yang didorong oleh faktor promosi seperti diskon dan *cashback*, bukan berdasarkan kebutuhan, sehingga mencerminkan adanya perilaku konsumsi yang tidak terencana (Katadata Insight Center, 2022). Selain itu, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih relatif rendah turut memperkuat fenomena tersebut. Tingkat literasi keuangan pada tahun 2022 tercatat sebesar 49,68%, yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat belum memiliki kemampuan yang memadai dalam mengelola keuangan secara mandiri (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Tingginya aktivitas konsumsi masyarakat juga tercermin dari perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Nilai ekonomi digital Indonesia mencapai USD 77 miliar pada tahun 2022, yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memperluas akses masyarakat dalam melakukan transaksi serta berpotensi mendorong terjadinya perilaku konsumsi yang bersifat spontan dan tidak terencana (Temasek *et al.*, 2023).

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir dalam rentang waktu tertentu dan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi ini adalah individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 serta dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital. Kondisi tersebut menyebabkan Generasi Z memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi dan internet dalam kehidupan sehari-hari (Dimock, 2019). Sebagai bagian dari Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital, mahasiswa hidup dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup modern. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelajar, tetapi juga sebagai konsumen aktif yang dihadapkan pada berbagai kemudahan serta intensitas promosi di era digital. Idealnya, mahasiswa mampu bersikap rasional dalam mengelola keuangan dengan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan (Sumartono, 2002). Namun, realitas menunjukkan adanya pergeseran perilaku, di mana sebagian mahasiswa cenderung mengalokasikan uang saku untuk membeli produk bermerek demi mengikuti tren dibandingkan memenuhi kebutuhan akademik. Pola tersebut mencerminkan perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan melakukan pembelian secara berlebihan tanpa perencanaan yang matang (Asisi & Purwantoro, 2020).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan tanpa didasarkan pada kebutuhan yang sesungguhnya, melainkan pada dorongan keinginan, kesenangan, dan emosi sesaat yang membuat keputusan konsumsi menjadi tidak rasional (Sumartono, 2002). Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa di Indonesia tergolong cukup tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 68,2% mahasiswa berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi, sedangkan 31,8% berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan untuk melakukan konsumsi yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan dipengaruhi oleh keinginan serta faktor eksternal seperti tren dan gaya hidup (Nadhifah *et al.*, 2024). Pada mahasiswa, perilaku konsumtif semakin mudah muncul akibat kemudahan akses teknologi digital, maraknya transaksi *online*, serta adanya berbagai promosi seperti diskon,

cashback, hingga kemudahan pembayaran berbasis *e-wallet* yang membuat proses pembelian menjadi lebih cepat dan praktis. Kondisi ini mendorong mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan manfaat, urgensi, maupun kemampuan finansial jangka panjang (Kotler & Keller, 2016).

Perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan pribadi, meningkatnya pengeluaran yang tidak terencana, serta potensi munculnya masalah keuangan di masa depan akibat keputusan konsumsi yang tidak rasional (Lusardi & Mitchell, 2014). Bagi mahasiswa, kondisi tersebut menjadi penting untuk diperhatikan karena pada fase ini individu mulai belajar mengelola keuangan secara mandiri dan membentuk kebiasaan finansial yang akan berpengaruh pada kesejahteraan finansial di masa mendatang. Dalam konteks penelitian, munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa tidak terlepas dari berbagai faktor seperti literasi keuangan, kualitas pembelajaran yang diterima, kemampuan pengendalian diri, kemudahan layanan *financial technology*, serta pengaruh lingkungan sosial, sehingga kelima variabel tersebut menjadi penting untuk dianalisis. Di antara faktor-faktor tersebut, literasi keuangan memiliki peran yang krusial karena berkaitan langsung dengan kemampuan mahasiswa dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi secara bijak, yang pada akhirnya memengaruhi cara pengambilan keputusan konsumsi (Sumartono, 2002).

Literasi keuangan merupakan seperangkat kemampuan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam mengelola keuangan pribadi secara tepat dan bertanggung jawab (Asisi & Purwantoro, 2020). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik mampu memahami konsep nilai waktu uang, mengoptimalkan manfaat finansial, serta meningkatkan kualitas hidup melalui pengambilan keputusan keuangan yang rasional (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022). Pemahaman tersebut juga membantu individu dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi kondisi keuangan secara lebih efektif (Asisi & Purwantoro, 2020). Dalam praktik sehari-hari, literasi keuangan

berperan sebagai dasar penting dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran secara bijaksana, sehingga individu mampu menahan diri dari perilaku konsumtif yang tidak diperlukan. Pengelolaan keuangan yang dilakukan secara disiplin dan terstruktur turut mendukung pencapaian tujuan finansial yang telah ditetapkan. Selain itu, literasi keuangan juga dipandang sebagai suatu proses peningkatan sensitivitas individu terhadap layanan keuangan, mulai dari tahap memahami, mempercayai, hingga mampu berpartisipasi secara aktif dalam berbagai aktivitas keuangan (Udayanthi *et al.*, 2018)

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode tahun 2019 hingga 2025, diperoleh data indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2.1 Indeks Literasi Keuangan

Tahun SNLIK	Indeks Literasi Keuangan	Sumber
2019	38,03 %	OJK SNLIK 2019
2022	49,68 %	OJK SNLIK 2022
2024	65,43 %	OJK SNLIK 2024
2025	66,46 %	OJK SNLIK 2025

Sumber: OJK SNLIK 2019-2025

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, indeks literasi keuangan tercatat sebesar 38,03%. Angka tersebut meningkat menjadi 49,68% pada tahun 2022. Selanjutnya, hasil SNLIK tahun 2024 menunjukkan peningkatan signifikan hingga mencapai 65,43%, dan kembali meningkat menjadi 66,46% pada tahun 2025. Meskipun mengalami tren kenaikan yang positif, capaian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan masyarakat Indonesia masih perlu terus ditingkatkan agar pemahaman dan kemampuan pengelolaan keuangan dapat merata secara optimal (OJK, 2019-2025). Hasil penelitian pun menunjukkan temuan yang beragam, di mana Ariria & Ulfatun (2025) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku

konsumtif, sementara Aprilian & Anggita (2025) justru menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan literasi keuangan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana proses pembelajaran dirancang dan dijalankan, sehingga kualitas pembelajaran menjadi aspek penting dalam upaya meningkatkan literasi keuangan secara lebih efektif.

Kualitas pembelajaran merupakan ukuran efektivitas suatu proses belajar yang terlihat dari kesesuaian antara metode, materi, dan interaksi pembelajaran dengan tujuan yang ingin dicapai, sehingga peserta didik dapat mengembangkan kompetensinya secara optimal (Sagala, 2013). Kualitas pembelajaran yang unggul memainkan peran krusial dalam membentuk pemahaman serta kemampuan mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut UNESCO (2022), kualitas pembelajaran tersebut tercermin melalui proses pembelajaran yang efektif, relevan, serta mampu meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam pengambilan keputusan. Apabila proses pembelajaran dilaksanakan secara optimal, maka pemahaman terhadap konsep-konsep ekonomi seperti kebutuhan, keinginan, dan pengelolaan keuangan akan meningkat, sehingga membantu individu menghindari perilaku konsumtif yang tidak rasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Udayanthi *et al.*, (2018) menemukan kualitas pembelajaran berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas pembelajaran terhadap perilaku konsumtif masih sangat terbatas dan belum menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh. Oleh karena itu, kualitas pembelajaran dipandang relevan untuk diteliti sebagai variabel baru dalam penelitian ini, mengingat terakhir kali variabel tersebut dikaji secara terbatas pada tahun 2018. Kualitas pembelajaran yang baik berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa melalui peningkatan pemahaman dan kemampuan pengambilan keputusan yang lebih rasional. Namun, kualitas pembelajaran sebagai faktor eksternal belum sepenuhnya mampu mengendalikan perilaku

konsumtif mahasiswa tanpa didukung oleh faktor internal individu, khususnya pengendalian diri.

Pengendalian diri adalah kemampuan individu untuk peka terhadap kondisi diri maupun lingkungannya, yang mencakup kemampuan mengatur, menyesuaikan, dan mengendalikan perilaku sesuai dengan situasi sehingga dapat bertindak tepat dalam interaksi sosial (Ghufron & Risnawita, 2012). Dalam konteks mahasiswa, pengendalian diri menjadi faktor psikologis yang sangat penting karena dapat membantu individu menahan dorongan impulsif untuk melakukan pembelian atau konsumsi yang tidak diperlukan (Ghufron & Risnawita, 2017). Penelitian terkini menunjukkan adanya pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di mana semakin tinggi pengendalian diri maka semakin rendah kecenderungan melakukan pembelian impulsif (Maulidatinisa, 2025). Namun, penelitian lain menemukan bahwa pengendalian diri tidak selalu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Ariria & Ulfatun, 2025). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa faktor lain turut berperan, salah satunya adalah *financial technology*, mengingat kemudahan transaksi keuangan digital berpotensi memperkuat atau melemahkan pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Financial technology merujuk pada layanan keuangan berbasis teknologi digital yang mempermudah berbagai transaksi pembayaran dan pengelolaan keuangan melalui aplikasi seperti *e-wallet* dan *paylater*. Penggunaan layanan *financial technology* dalam kehidupan sehari-hari terutama oleh generasi muda kini telah menjadi bagian dari *digital consumer behavior*, di mana kemudahan transaksi dan fitur-fitur promosi yang ditawarkan mendorong perubahan pola konsumsi, termasuk kecenderungan membeli impulsif di kalangan mahasiswa (Susilowati *et al.*, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa *financial technology* tidak hanya mempermudah akses layanan keuangan, tetapi juga berpotensi berkontribusi terhadap perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Oleh karena itu, *financial technology* dipandang sebagai

variabel penting yang perlu dianalisis dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa pada penelitian ini. Hasil penelitian mengenai pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Penelitian oleh Kuswanto *et al.*, (2024) menemukan bahwa *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penelitian (Al Farisyi, 2024) menunjukkan bahwa *financial technology* tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa tidak selalu bersifat langsung. Kemudahan teknologi keuangan dapat mendorong perilaku konsumtif, namun pengaruh tersebut juga dipengaruhi oleh kondisi dan faktor lain yang menyertai mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu faktor yang berperan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa adalah lingkungan sosial, yang memengaruhi cara berpikir, preferensi, serta keputusan konsumsi individu.

Lingkungan sosial merupakan komunitas atau masyarakat di mana individu berinteraksi satu sama lain, baik secara personal maupun dalam kelompok. Lingkungan ini mencakup semua orang yang dapat memengaruhi perilaku seseorang, meskipun pengaruhnya berbeda-beda (Soekanto, 2017). Hubungan antarindividu di dalam lingkungan sosial membentuk interaksi yang saling memengaruhi dan memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, lingkungan sosial juga berkontribusi terhadap pembentukan perilaku ekonomi individu, karena adanya interaksi timbal balik antara individu dan lingkungannya. Dengan demikian, lingkungan sosial menjadi faktor yang signifikan dalam membentuk kepribadian, kebiasaan, dan keputusan individu, termasuk dalam hal konsumsi (Agustina *et al.*, 2023). Menurut penelitian Rahmawati (2024) menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Nazaruddin (2024) menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan perlunya pengujian kembali pada konteks yang berbeda, khususnya pada mahasiswa di Kabupaten Banyumas, guna memperoleh gambaran empiris yang lebih komprehensif.

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang dikenal sebagai wilayah dengan aktivitas pendidikan tinggi yang berkembang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Kabupaten Banyumas memiliki jumlah penduduk yang signifikan serta menjadi pusat kegiatan pendidikan di wilayah eks-Karesidenan Banyumas (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2023). Keberadaan perguruan tinggi negeri dan swasta di wilayah ini menjadikan Banyumas memiliki populasi mahasiswa yang cukup besar dan beragam. Didukung oleh perkembangan teknologi digital dan akses layanan keuangan berbasis elektronik yang semakin luas, Kabupaten Banyumas menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya pada program studi Akuntansi yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengelolaan dan pemahaman keuangan.

Universitas Nahdlatul Ulama (UNU) Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP), dan Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) merupakan perguruan tinggi di Kabupaten Banyumas yang menyelenggarakan program studi Akuntansi dengan mahasiswa yang memiliki latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam. Sebagai calon tenaga profesional di bidang keuangan, mahasiswa Akuntansi diharapkan mampu bersikap rasional dalam pengambilan keputusan konsumsi. Namun, perkembangan gaya hidup modern serta kemudahan transaksi melalui platform belanja digital dan layanan *financial technology* berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif. Berdasarkan 20 observasi awal dan wawancara singkat yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa akuntansi di wilayah Purwokerto, sebanyak 16 mahasiswa menunjukkan kecenderungan mudah tergiur promo, diskon, dan program cashback pada platform digital, sedangkan 4 mahasiswa lainnya tidak menunjukkan kecenderungan tersebut. Temuan ini mengindikasikan adanya variasi perilaku konsumtif yang diduga dipengaruhi oleh literasi keuangan, kualitas pembelajaran, pengendalian diri, *financial technology*, dan lingkungan sosial, sehingga penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Akuntansi di UNU Purwokerto, UMP, dan UNSOED.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas serta adanya beberapa perbedaan atau ketidaksesuaian pada hasil penelitian sebelumnya, hal ini menjadi menarik untuk diteliti lebih mendalam. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti dan mengambil judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran, Pengendalian Diri, *Financial Technology*, dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UNU Purwokerto, UMP, dan UNSOED)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto?
2. Apakah kualitas pembelajaran berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto?
3. Apakah pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto?
4. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto?
5. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto?
6. Apakah literasi keuangan, kualitas pembelajaran, pengendalian diri, *financial technology*, dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pembelajaran terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Purwokerto.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Purwokerto.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi Purwokerto.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, kualitas pembelajaran, pengendalian diri, *financial technology*, dan lingkungan sosial secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Purwokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian akuntansi manajemen, khususnya pada aspek perilaku keuangan individu. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, terutama literasi keuangan, kualitas pembelajaran, pengendalian diri, *financial technology*, dan lingkungan sosial. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkuat serta memperluas pemahaman empiris mengenai mekanisme pengambilan keputusan keuangan pada mahasiswa, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku keuangan dalam konteks generasi muda.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana untuk mengasah dan mengembangkan kemampuan diri, khususnya dalam bidang penulisan

ilmiah, analisis data, serta penerapan teori akuntansi dan keuangan dalam penelitian empiris. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman akademik yang bermanfaat dalam proses penyusunan karya ilmiah yang sistematis dan sesuai dengan kaidah metodologi penelitian.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, rujukan, maupun bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang akan mengangkat tema serupa, khususnya yang berkaitan dengan literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar pengembangan penelitian lanjutan dengan objek, variabel, maupun metode penelitian yang berbeda.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi, serta bahan evaluasi bagi instansi atau pihak-pihak yang terkait, khususnya perguruan tinggi dan program studi akuntansi, dalam merancang kebijakan, strategi pembelajaran, serta program edukasi keuangan.

