

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, AKSES PAYLATER DAN KEINGINAN TERHADAP PERILAKU IMPLUSIF BUYING DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro)

Novita Ardiyanti¹, Suryadi², Ardiansyah Japlani³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

e-mail: novitaandriyani99@gmail.com

ABSTRAK

Gaya hidup mahasiswa telah berubah dimana perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan tapi lebih dipengaruhi oleh adanya perkembangan dunia sosial media yang serba konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses paylater, keinginan dan kebutuhan terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan, kemudahan akses paylater, keinginan dan kebutuhan, perilaku konsumtif dan gaya hidup. Populasi dan sampel penelitian adalah mahasiswa prodi Manajemen Angkatan 2018 dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 68 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan akses paylater, dan keinginan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memoderasi atau meningkatkan pengaruh literasi keuangan, kemudahan akses paylater, dan keinginan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Akses Paylater, Keinginan, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup

ABSTRACT

Student lifestyles have changed where this change is not caused by changing needs but is more influenced by the development of the consumptive world of social media. This study aims to determine the effect of financial literacy, ease of paylater access, wants and needs on consumptive behavior with lifestyle as a mediating variable. Research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is financial literacy, easy access to paylater, wants and needs, consumptive behavior and lifestyle. The population and research sample were students of the Management Study Program 2018 with a total sample of 68 students. Data collection techniques using questionnaires. The analytical tools used are data quality analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) with the SPSS program. The results showed that financial literacy had no effect on consumptive behavior. Ease of access to paylater, and partial desire have a positive and significant effect on consumptive behavior. improve student consumptive behavior. Financial literacy, easy access to paylater, and desire simultaneously have a positive and significant influence on consumptive behavior. Lifestyle moderates or increases the influence of financial literacy, ease of paylater access, and the desire for consumptive behavior.

Keywords: Financial Literacy, Ease of Paylater Access, Desire, Consumptive Behavior, Lifestyle
