

STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, KONFORMITAS DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF GENDER

Ida Rosnidah¹⁾, Kartono^{2)*}, Anita Sumartini³⁾

^{1,2,3}Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana, Universitas Swadaya Gunung Jati, Kota Cirebon
e-mail: ida.rosnidah@ugj.ac.id¹⁾, kartono@ugj.ac.id^{2)*}, faqihsyahdan1124@gmail.com³⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Ekonomi Orang Tua, Konformitas Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Gender. Penelitian dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan explanatory research. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel sebanyak 216 responden. Lalu metode analisis data menggunakan PLS SEM (Partial Least Square – Structural Equation Modeling) dengan aplikasi pengolah data Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua, konformitas dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan perspektif gender. perilaku konsumtif dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perspektif gender mahasiswa.

Kata kunci: Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Perspektif Gender

Abstract

This research aims to determine the influence of parents' socio-economic status, parents' economy, conformity and financial literacy on consumer behavior from a gender perspective. The research was conducted using quantitative descriptive research methods with an explanatory research approach. Data collection used a questionnaire with a sample of 216 respondents. Then the data analysis method uses PLS SEM (Partial Least Square - Structural Equation Modeling) with the Smart PLS 3 data processing application. The research results show that parents' socio-economic status, conformity and financial literacy have a positive effect on consumer behavior and gender perspective. Consumptive behavior can mediate the influence of parents' socio-economic status, conformity, and financial literacy on students' gender perspectives.

Keywords: Parents' Socioeconomic Status, Conformity, Financial Literacy, Consumptive Behavior, Gender Perspective

1. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, manusia memiliki banyak perubahan terlebih lagi pada apa yang mereka konsumsi. Semakin modern manusia maka akan semakin banyak pula yang mereka butuhkan dan inginkan. Kebanyakan orang pada saat ini tidak bisa membedakan apa yang mereka butuhkan dengan apa yang mereka inginkan. Seringkali juga manusia tidak puas akan kebutuhan yang sudah terpenuhi, dan timbullah keinginan untuk terus mengkonsumsi barang-barang hanya untuk memenuhi hasrat dan keinginan mereka (Tabayun, 2022). Itulah sebabnya aktivitas mengkonsumsi individu dapat menjadi sebuah permasalahan ketika individu lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan

secara berlebihan atau dengan kata lain berperilaku konsumtif (Romadloniyah & Setiaji, 2020).

Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku mengkonsumsi barang secara berlebihan atau tanpa batas berdasarkan keinginan emosional dari individu untuk mencapai kesenangan pribadi (Lubis et al., 2020). Dewasa ini, perilaku konsumtif hampir dilakukan oleh semua kalangan, tidak hanya kalangan dewasa tetapi juga remaja. Remaja adalah kelompok yang paling rentan melakukan kegiatan konsumtif. Mereka rela mengeluarkan uang untuk memenuhi keinginan dalam rangka pameran dan menuruti gengsi (Maris & Listiadi, 2021). Kebiasaan konsumtif menjadi suatu hal yang buruk karena manusia tidak lagi melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan kebutuhannya, melainkan sesuai dengan apa yang diinginkannya. Tidak terkecuali mahasiswa, mereka cenderung melakukan kegiatan konsumsi dengan mendahului keinginan dari pada kebutuhannya (Hidayah & Bowo, 2019). Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan gaya hidup mewah dan cara hidup yang dimotivasi oleh sesuatu yang lebih dari keinginan untuk kesenangan atau mengikuti tren populer, dengan adanya perilaku konsumtif maka terjadi pemborosan dan inefisiensi biaya (Nazarudin & Widiastuti, 2022). Mahasiswa saat ini menempatkan nilai tinggi pada gaya hidup dan penampilan, seringkali membuat keputusan yang dibuat untuk memuaskan hasrat dan mendapatkan status dari pada karena kebutuhan yang sebenarnya, pola emosi pribadi yang dikelola dan dimotivasi oleh kebutuhan untuk memuaskan keinginan dan kesenangan. Selain itu, Perilaku konsumtif mencakup semua gender, dalam hal ini jenis kelamin berpengaruh dalam menentukan perilaku konsumtif (Pratiwi et al., 2023).

Pria maupun wanita di era ini memiliki kebutuhan dan keinginan yang sangat banyak. Namun dalam kenyataannya, pria cenderung lebih mampu mengontrol kebutuhan dan keuangannya serta melihat lebih rasional dari pada wanita yang cenderung hanya melihat dari yang mereka suka tanpa melihat fungsi dan kegunaannya. Beberapa penelitian menemukan bahwa perspektif gender memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Indarto & Dananti, 2021; Lubis et al., 2020). Sementara itu penelitian lain juga menemukan bahwa gender tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Lestary, 2021).

Perspektif gender dapat dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tua ekonomi (Dewi et al., 2023). Status sosial ekonomi orang tua ekonomi adalah suatu faktor yang diyakini dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Status sosial ekonomi orang tua ekonomi diukur berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, pemilikan kekayaan, fasilitas, maupun pekerjaan orang tua. Status sosial ekonomi orang tua ekonomi berbeda-beda antar setiap kelompok masyarakat (Astuti, 2016). Secara khusus, pendapatan orang tua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap seberapa baik seseorang mengelola keuangan pribadinya (Reviandani, 2022). Pengaruh ini meluas dari pendidikan yang diberikan oleh orang tua, jumlah pekerjaan yang mereka lakukan, hingga besaran uang yang lazimnya diberikan kepada anak mereka, serta dari mengajari mereka cara mengelola uang yang telah mereka berikan (Dwi Ambarsari & Asandimitra, 2023; Fazariyah & Sukma Dewi, 2020; Hidayat & Asiyah, 2022; Pramika et al., 2018). Status sosial ekonomi akan menentukan tingkatan pada lingkungan sekitar. Dimana adanya perbedaan aktivitas antara keluarga yang memiliki status sosial ekonomi orang tua ekonomi yang rendah dengan status sosial ekonomi yang tinggi (Astuti, 2016). Hal tersebut diperkuat dengan hasil dari beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara posisi sosial ekonomi orang tua dengan kebiasaan perilaku konsumtif (Aminartha et al., 2023; Yuliana & Sri, 2022). Tindakan konsumsi pada remaja juga dipengaruhi oleh interaksinya dalam lingkungan sosial

kelompok pertemanan. Tidak jarang dari mereka yang meminta pendapat kepada temannya dalam mengambil keputusan sebelum membeli suatu produk. Sebagian dari mereka juga menjadikan teman sebaya sebagai acuan dalam berpenampilan dan berperilaku, sehingga kalangan remaja cenderung mempunyai keinginan untuk menyamakan perilaku dan penampilannya agar diterima dalam kelompok. Inilah salah satu penyebab individu melakukan penyesuaian dalam kelompok pertemanannya dengan cara berperilaku sama dengan teman sebaya yang lain, fenomena ini disebut dengan istilah konformitas (Febriyanty & Faizin, 2022).

Konformitas dapat menimbulkan aspek-aspek perilaku atau ucapan tertentu, salah satunya adalah munculnya perilaku konsumtif, konformitas sendiri merupakan suatu bentuk untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan atau orang lain dengan cara melakukan suatu perubahan perilaku atau keyakinan. Konformitas adalah kepatuhan terhadap permintaan tidak tertulis oleh kelompok pertemanan sebaya dengan anggota kelompoknya, namun memiliki dampak yang besar sehingga menjadi penyebab kemunculan perilaku ataupun tindakan tertentu dalam anggota kelompok. Konformitas merupakan kecenderungan seseorang dalam menyesuaikan sikap serta perilaku individu berdasarkan kelompok referensinya untuk dijadikan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan hidup (Oktafikasari & Mahmud, 2017). Hal ini berkaitan dengan penerimaan diri dalam pergaulan. Remaja atau mahasiswa cenderung mengubah penampilannya agar sesuai dengan kelompok atau lingkungan yang menjadi acuan sehingga dia dapat diterima dalam pergaulan di lingkungan tersebut. Suatu remaja akan secara konsumtif mengikuti gaya dan mencoba untuk menjadi bagian dari suatu grup agar tidak tertinggal dan diakui keberadaannya (Nurjanah et al., 2018). Pernyataan tersebut didukung oleh beberapa hasil penelitian yang menyatakan bahwa yang diduga dapat memengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas (Dezianti & Hidayati, 2021; Lubis et al., 2020; Mahrunnisya et al., 2018; Widaningsih & Mustikasari, 2019). Faktor lainnya diduga dapat memengaruhi perilaku konsumtif adalah *financial literacy* (Supit & Gosal, 2023).

Financial literacy adalah pemahaman serta pengetahuan individu atas konsep keuangan yang akan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dalam penggunaan dan pengelolaan (Fauzi & Sulistyowati, 2022). Seorang individu perlu pengetahuan keuangan dasar untuk mengelola keuangannya, masalah keuangan terjadi bukan karena pendapatan saja melainkan tidak ada perencanaan keuangan. Perilaku konsumtif terjadi karena sulitnya mengontrol pengeluaran yang bisa menyebabkan menjadi konsumtif, untuk itu individu seharusnya dapat mengontrol diri dan paham tentang literasi keuangan (Izazi et al., 2020; Siti Mubarakah & Pratiwi, 2022; Yuanita, 2020). Literasi keuangan akan memungkinkan seseorang memiliki kemampuan keuangan yang baik dan secara otomatis akan mempengaruhi perilaku konsumsi. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pemahaman *financial literacy* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang (Fariana et al., 2021; Maulidina & Kurniawati, 2022; Nurjanah et al., 2018; Sudiro & Asandimitra, 2022; Zahra & Anoraga, 2021). Sementara itu terdapat hasil penelitian yang berbeda, dimana *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Marheni & Herawati, 2022; Yahya, 2021). Kemudian perilaku konsumtif juga dapat berimplikasi terhadap perspektif gender. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang menemukan bahwa pengaruh *financial literacy* terhadap perspektif gender dapat berimplikasi terhadap perilaku konsumtif (Aningsih & Soejoto, 2018; Yudasella & Krisnawati, 2019). Dari latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Status Sosial Ekonomi

Orang Tua Ekonomi Orang Tua, Konformitas Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Gender.

2. KAJIAN PUSTAKA

Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Status sosial ekonomi (SSE) orang tua merujuk pada posisi atau kedudukan sosial dan ekonomi orang tua dalam struktur masyarakat, yang dapat diukur melalui beberapa indikator seperti tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan pendapatan. Konsep ini menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi akses dan peluang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial (Aningsih & Soejoto, 2018). Status sosial ekonomi orang tua juga dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari berbagai variabel ekonomi dan sosial yang berperan dalam membentuk pola perilaku, sikap, serta pandangan hidup anak-anak mereka. Dengan kata lain, status sosial ekonomi orang tua mencakup faktor-faktor yang dapat memengaruhi pendidikan, aspirasi sosial, serta pengembangan keterampilan dan pengetahuan anak-anak mereka (Ryan & Deci, 2000).

Konformitas

Konformitas merujuk pada proses dimana individu atau kelompok mengikuti norma, aturan, atau standar sosial yang berlaku dalam masyarakat atau kelompok tertentu. Proses ini biasanya terjadi karena adanya pengaruh dari orang lain yang memotivasi individu untuk menyesuaikan diri dengan harapan atau perilaku yang dianggap diterima secara sosial. Konformitas bisa terjadi dalam berbagai bentuk, seperti meniru perilaku, mengikuti kebiasaan, atau menerima pandangan kelompok sebagai hal yang benar atau wajar (Soetikno & Arimurti, 2020).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk mendapatkan, memahami dan mengevaluasi informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan dengan memahami konsekuensi finansial yang ditimbulkannya (Safira & Dewi, 2019). Literasi keuangan juga didefinisikan sebagai pengetahuan tentang konsep-konsep ekonomi dan keuangan dasar, serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan (knowledge) dan keterampilan (*skill*) keuangan lainnya dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan keuangan (Hung et al., 2011).

Perspektif Gender

Gender adalah perbedaan yang bersifat non-biologis yang dimiliki oleh kaum perempuan dan laki-laki di dalam lingkungannya (Siregar et al., 2023). Dalam ranah perilaku finansial, laki-laki dan perempuan memiliki atribut yang berbeda-beda yang tercermin dalam keputusan dan kebiasaan keuangan mereka (Asrori et al., 2020). Fenomena tersebut dipengaruhi oleh konstruksi sosial budaya yang menciptakan perbedaan peran yang sesuai dengan norma, adat, dan kebiasaan masyarakat, yang dikenal sebagai konsep gender (Hasbi, 2024).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata (Fattah et al., 2018). Secara garis besar, yang dimaksud perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu tindakan siswa dalam mengkonsumsi barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan sehingga menimbulkan pemborosan dan pengeluaran yang tidak tepat guna (Yudasella & Krisnawati, 2019).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* untuk menghubungkan hubungan variabel independen terhadap dependen baik secara langsung maupun dimediasi oleh variabel mediator. Penelitian ini berlokasi di Perguruan Tinggi yang berada di Kota Cirebon. Berikut daftar perguruan tinggi di kota Cirebon beserta jumlah mahasiswanya:

Tabel Data Mahasiswa di Perguruan Tinggi Kota Cirebon

No	Nama Perguruan Tinggi di Kota Cirebon	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	12.371	64
2	IAIN Syekh Nurjati Cirebon	16.466	86
3	Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon	1.351	7
4	Universitas Muhammadiyah Cirebon	8.923	46
5	Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon	2.476	13
Total Mahasiswa di Kota Cirebon		41.587	216

Sumber : <https://pddikti.kemdikbud.go.id> (TA. 2024/2025 Ganjil)

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan persyaratan yang ditentukan oleh (Hair et al) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah indikator yang dipergunakan dalam penelitian. Jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 51 indikator, dari 51 indikator tersebut dikalikan 5 sehingga terdapat 255 responden. Berdasarkan jumlah sampel minimal yang harus diambil dalam penelitian ini dan adanya saran dari teori (Hair et al) yang menyebutkan bahwa jumlah sampel dalam analisis SEM adalah sebesar 100-200, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 216 orang mahasiswa di Kota Cirebon

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Penelitian ini memiliki sampel penelitian sebanyak 216 responden yang merupakan sebagian mahasiswa di Kota Cirebon. Peneliti melakukan analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin, usia, semester, asal fakultas, asal program studi, dan asal perguruan tinggi dengan hasil sebagai berikut.

Table 1. Demografi Responden

Kategori	Pilihan Jawaban	F	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	143	66.2
	Perempuan	73	33.8
Usia	<18 Tahun	1	0.5
	18-20 Tahun	81	37.5
	20-22 Tahun	115	53.2
	>22 Tahun	19	8.8
Semester	1-2 Semester	89	41.2
	3-4 Semester	67	31.0
	5-6 Semester	40	18.5
	7-8 Semester	19	8.8
	>8 Semester	1	0.5
Perguruan Tinggi	Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	64	29.7
	IAIN Syekh Nurjati Cirebon	86	39.6
	Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon	7	3.2
	Universitas Muhammadiyah Cirebon	46	21.5
	Universitas Nahdatul Ulama Cirebon	13	6

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 216 responden, mayoritas responden didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebanyak 142 responden atau 66,2 persen. Lalu berdasarkan usia responden, mayoritas responden sebanyak 115 atau 53,2 persen berusia 20-22 tahun. Kemudian berdasarkan semester yang sedang ditempuh, mayoritas responden sedang menempuh semester 1-2, yaitu sebanyak 89 responden atau 41,2 persen. Dan mayoritas responden berasal dari perguruan tinggi IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan jumlah sebanyak 86 responden atau 39,6 persen.

Analisis Outer Model

Analisis outer model dilakukan dengan melakukan pengujian pada variabel status sosial ekonomi orang tua (X1), konformitas (X2), literasi keuangan (X3), perilaku konsumtif (Z), dan perspektif gender (Y). Adapun pengujian *outer model* yang dilakukan yaitu berupa *Convergent validity (Outer Loading)*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Cronbach Alpha*, *Composite Reability*, dan *Discriminant validity* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2. Uji Convergent Validity Output

Indikator	X1	X2	X3	Z	Y
1.	0.769	0.759	0.764	0.864	0.820
2.	0.897	0.848	0.822	0.844	0.846
3.	0.877	0.761	0.781	0.786	0.734
4.	0.726	0.805	0.787	0.805	0.807
5.	0.746	0.865	0.754	0.731	0.805
6.	0.755		0.781	0.835	0.783
7.	0.763		0.703	0.760	0.834
8.	0.827		0.787	0.769	0.839
9.	0.702		0.767		0.788
10.	0.878		0.774		0.760
11.			0.710		0.798
12.			0.755		0.739
13.			0.734		
14.			0.736		
15.			0.752		
16.			0.805		

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 4 menunjukkan nilai *outer loading* semua item indikator dengan nilai seluruh item lebih besar dari 0,7. Maka berdasarkan validitas *outer loading* dinyatakan semua item atau indikator telah valid secara *Convergent validity*. Lalu jika dilihat dari nilai *Cronbach Alpha (CA)*, *Composite Reability (CR)*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*, hasilnya sebagai berikut:

Table 3. Uji Cronbach Alpha (CA), Composite Reability (CR), dan Average Variance Extracted (AVE) Output

Variabel	CA	CR	AVE
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X1)	0.935	0.945	0.635
Konformitas (X2)	0.867	0.904	0.654
Literasi Keuangan (X3)	0.952	0.957	0.584
Perspektif Gender (Z)	0.924	0.938	0.655
Perilaku Konsumtif (Y)	0.941	0.949	0.629

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 3. Menunjukkan bahwa nilai AVE semua variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,5, maka dapat dinyatakan semua item indikator setiap variabel adalah valid. Lalu

nilai *cronbachs's alpha* dan *composite reliability* seluruh variabel memiliki nilai diatas 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dikatakan reliabel. Lalu hasil uji *dicriminant validty* sebagai berikut.

Table 4. Discriminant Validity Output

Var	X1	X2	X3	Z	Y
X1	0.797				
X2	0.688	0.809			
X3	0.640	0.709	0.764		
Z	0.583	0.658	0.725	0.809	
Y	0.534	0.599	0.698	0.794	0.793

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 4 menunjukkan bahwa semua akar dari *Fornell-Larcker Criterion* tiap konstruk lebih besar dari pada korelasinya dengan variable lain dibawahnya. Maka syarat validitas diskriminan pada model ini telah terpenuhi, seperti yang tercantum dalam tabel diatas.

Analisis Inner Model

Analisis inner model dilakukan untuk menguji model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Analisis inner model dapat dilihat dari *r-square*, *f-square*, dan *q-square* sebagai berikut:

Table 5. R-Square dan R Square Adjusted Output

Model	R Square	R Square Adjusted
X1, X2, X3 ke Z	0.621	0.616
X1, X2, X3 ke Y	0.748	0.744

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *R Square Adjusted* pada model pengaruh status sosial ekonomi orang tua (X1), konformitas (X2), dan literasi keuangan (X3) terhadap perilaku konsumtif (Z), secara simultan memiliki nilai 0,616 atau memiliki pengaruh sebesar 61,6%. Lalu nilai *R Square Adjusted* pada model pengaruh status sosial ekonomi orang tua (X1), konformitas (X2), dan literasi keuangan (X3) terhadap perspektif gender (Y) secara simultan memiliki nilai 0,744 atau memiliki pengaruh sebesar 74,4%. Dari kedua hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *R Square Adjusted* >50 dan <75, maka pengaruhnya termasuk pada kategori sedang atau moderat. Lalu hasil dari uji *f-square* sebagai berikut.

Table 6. F Square Output

Variabel	Perspektif Gender (Z)	Perilaku Konsumtif (Y)
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X1)	0.116	0.097
Konformitas (X2)	0.137	0.114
Literasi Keuangan (X3)	0.191	0.083
Perspektif Gender (Z)		0.189

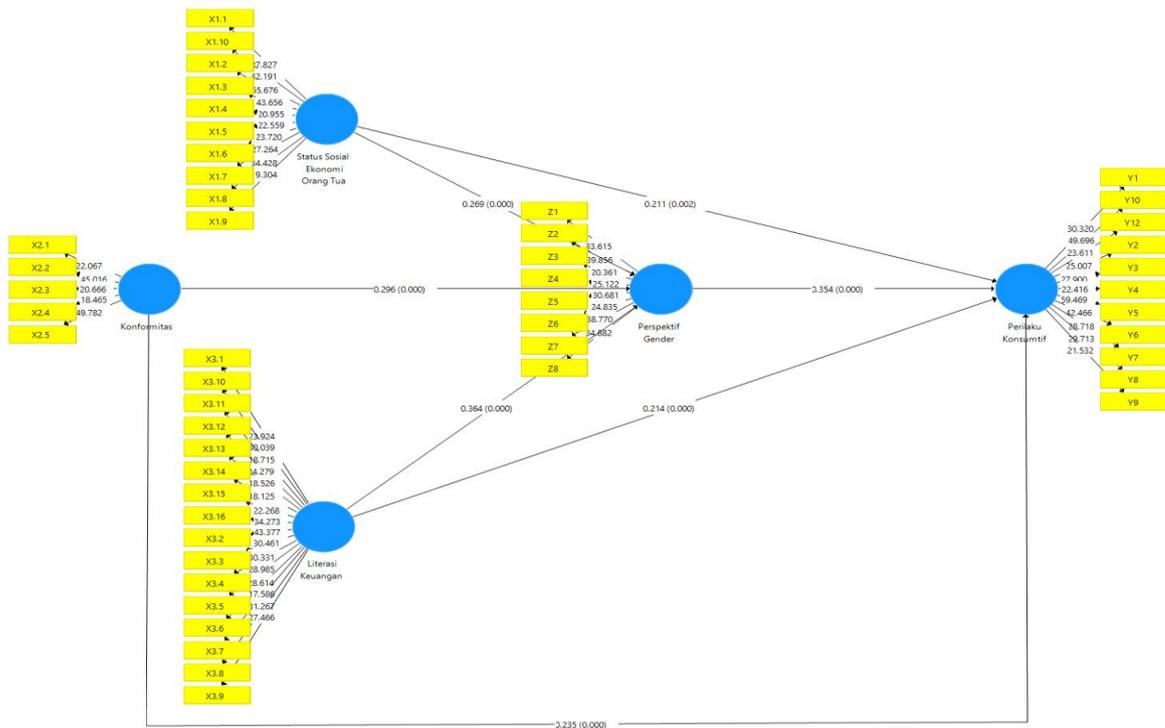
Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 6 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan (X3) terhadap perspektif gender (Z) memiliki effect size terbesar, yaitu 0,191 (pengaruh sedang). Sementara itu, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah 0,083 (pengaruh rendah). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif juga rendah, masing-masing dengan nilai 0,116 dan 0,097. Begitu pula pengaruh konformitas terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif, dengan nilai 0,137 dan

0,114 (pengaruh rendah). Pengaruh perspektif gender terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,189, yang termasuk dalam kategori pengaruh sedang.

Uji Hipotesis

Setelah seluruh variabel dan indikator dilakukan pengujian outer model dan inner model, maka selanjutnya dapat dilakukan uji hipotesis yang dapat dilihat hasilnya pada gambar 1 dan tabel 7.



Gambar 1. Model Pengujian Hipotesis

Gambar 1 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen baik secara langsung ataupun tidak langsung karena memiliki nilai p-value kurang dari 0,05. Dan variabel mediasi juga berpengaruh terhadap variabel dependen karena memiliki nilai p-value kurang dari 0,05.

Table 7. Pengujian Hipotesis

Var. Independen	Var. Mediasi	Var. Dependen	Path Coefficient	t-value	p-value	
H1	Status sosial ekonomi orang tua	-	Perilaku Konsumtif	0.269	4.043	0.000
H2	Konformitas	-	Perilaku Konsumtif	0.296	5.454	0.000
H3	Literasi Keuangan	-	Perilaku Konsumtif	0.364	6.403	0.000
H4	Status sosial ekonomi orang tua	-	Perspektif Gender	0.211	3.065	0.012
H5	Konformitas	-	Perspektif Gender	0.235	3.511	0.021
H6	Literasi Keuangan	-	Perspektif Gender	0.214	4.537	0.000
H7	Perilaku Konsumtif	-	Perspektif Gender	0.354	7.263	0.000
H8	Status sosial ekonomi orang tua	Perspektif Gender	Perilaku Konsumtif	0.095	3.454	0.000
H9	Konformitas	Perspektif Gender	Perilaku Konsumtif	0.105	4.354	0.000
H10	Literasi Keuangan	Perspektif Gender	Perilaku Konsumtif	0.129	4.752	0.000

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Tabel 7. menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif secara langsung dikarenakan nilai p -value (0,000 dan 0,002) < 0.05 , nilai t -value (4.043 dan 3.065) $> t$ -tabel (1.652) dan memiliki nilai $path$ coefficient sebesar 0.269 dan 0.211. Konformitas juga berpengaruh positif terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif secara langsung dikarenakan nilai p -value (0.000) < 0.05 , nilai t -value (5.454 dan 3.411) $> t$ -tabel (1.652) dan memiliki nilai $path$ coefficient sebesar 0.296 dan 0.235. Lalu literasi keuangan juga memiliki pengaruh positif terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif secara langsung dengan nilai p -value (0.000) < 0.05 , nilai t -value (6.403 dan 4.537) $> t$ -tabel (1.652) dan memiliki nilai $path$ coefficient sebesar 0.364 dan 0.214. Kemudian perspektif gender juga berpengaruh positif secara langsung terhadap perilaku konsumtif dengan nilai p -value (0.000) < 0.05 , nilai t -value (7.263) $> t$ -tabel (1.652) dan memiliki nilai $path$ coefficient sebesar 0.354..

Perspektif gender juga dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif atau disebut dengan *indirect effect*. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel diatas, dimana didapatkan nilai p -value sebesar 0,001 $< 0,05$ dengan nilai t -value sebesar 3,454 $> t$ -tabel (1.652) dan nilai $path$ coefficient sebesar 0,095. Perspektif gender juga dapat memediasi pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dengan nilai nilai p -value sebesar 0,000 $< 0,05$ dengan nilai t -value sebesar 4,354 $> t$ -tabel (1.652) dan nilai $path$ coefficient sebesar 0,105. Lalu Perspektif gender juga dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai nilai p -value sebesar 0,000 $< 0,05$ dengan nilai t -value sebesar 4,752 $> t$ -tabel (1.652) dan nilai $path$ coefficient sebesar 0,129. Lalu berdasarkan hasil tersebut juga dapat disimpulkan bahwa peran perspektif gender memediasi pengaruh status sosial ekonomi, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif termasuk pada kategori *partial mediation* dengan jenis *competitive partial mediation*. Hal tersebut dikarenakan adanya pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen baik secara langsung ataupun tidak langsung oleh variabel mediasi.

Discussion

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif secara langsung. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika status sosial ekonomi orang tua meningkat maka akan berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif dan perspektif gender. Selaras dengan hal tersebut, (Romadloniyah & Setiaji, 2020) mengemukakan bahwa orang tua yang memiliki penghasilan tinggi, anak cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi pula dan orang tua yang memiliki penghasilan rendah anak akan cenderung memiliki gaya hidup yang sederhana. (Eliza et al., 2023) juga menjelaskan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi di sebuah keluarga tersebut maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Lalu status sosial dan ekonomi orang tua yang semakin tinggi juga membuat semakin besar kemungkinan untuk memberikan fasilitas yang lebih baik bagi anak-anaknya, semakin mapan secara finansial sebuah keluarga, maka semakin besar pula kemungkinan untuk alokasi belanja anggota keluarganya (Pratiwi et al., 2023).

Dalam masyarakat, peran gender sering kali ditentukan oleh norma-norma sosial yang mengatur perilaku laki-laki dan perempuan, yang berimplikasi pada cara mereka mengelola sumber daya dan berbelanja. Misalnya, perempuan sering kali diharapkan untuk bertanggung jawab dalam pengelolaan rumah tangga, yang dapat mempengaruhi pilihan

konsumsi mereka, seperti dalam pembelian barang kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, laki-laki mungkin lebih terpengaruh oleh status sosial ekonomi orang tua yang lebih tinggi dalam hal pembelian barang-barang mewah atau investasi, menciptakan perbedaan dalam pola konsumsi antara gender. Selain itu, status sosial ekonomi orang tua yang lebih rendah dapat membatasi akses individu terhadap barang dan layanan tertentu, sehingga mempengaruhi perilaku konsumtif secara keseluruhan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa konformitas berpengaruh terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif secara langsung. Konformitas merupakan jenis pengaruh sosial yang melibatkan perubahan kepercayaan atau perilaku agar sesuai dengan kelompoknya. Ketika ada perbedaan pendapat antara individu dengan kelompok, maka individu akan merasa tertekan dan berusaha untuk membaaur dengan kelompoknya (Anjani & Astiti, 2020). Mahasiswa dalam lingkungan sosialnya akan melakukan penyesuaian dalam berbagai hal agar sama dengan kebiasaan yang dilakukan oleh temannya, selain itu mahasiswa juga akan ikut mencoba berbagai hal dikarenakan memiliki keinginan untuk disukai dan rasa takut akan penolakan, salah satu alasan penting mengapa seseorang melakukan tindakan yang disebut konformitas adalah untuk belajar bahwa dengan melancarkan konformitas bisa membantu mendapatkan persetujuan dan penerimaan yang diinginkan (Khrishananto & Adriansyah, 2021).

Hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif secara langsung. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika literasi keuangan yang dimiliki tinggi maka akan berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif dan perspektif gender. Semakin meningkat pengetahuan finansial yang dimiliki responden akan memberikan pengaturan terhadap diri sendiri, sehingga dengan adanya kemampuan serta pengetahuan tentang keuangan dapat meminimalisir perilaku konsumtif responden (Izazi et al., 2020). Pengetahuan tentang pengelolaan keuangan sendiri telah banyak didapatkan oleh mahasiswa melalui pembelajaran, informasi internet atau lingkungan masyarakat, akan tetapi penerapan dari ilmu pengelolaan keuangan tersebut tidak dilakukan dengan baik sehingga penggunaan uang saat berbelanja cenderung ceroboh (Perdana Oskar et al., 2022).

Hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa perspektif gender dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ketika mahasiswa berasal dari latar belakang ekonomi yang lebih baik, mereka cenderung memiliki akses lebih besar terhadap informasi dan sumber daya keuangan, yang dapat membentuk pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan dan konsumerisme. Selain itu, konformitas terhadap norma sosial di lingkungan kampus dapat mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan perilaku konsumsi mereka dengan kelompok sebaya, yang sering kali dipengaruhi oleh gender. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan yang tinggi memungkinkan mahasiswa untuk membuat keputusan konsumsi yang lebih bijak, sehingga perspektif gender mereka dalam hal pengelolaan uang dan pengeluaran dapat dipengaruhi oleh semua faktor ini secara interaktif. Dengan demikian, perilaku konsumtif tidak hanya mencerminkan pilihan individu, tetapi juga mencerminkan interaksi kompleks antara faktor sosial, ekonomi, dan budaya.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Status sosial ekonomi orang tua, konformitas dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perspektif gender dan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, peningkatan status

- sosial ekonomi orang tua, konformitas dan literasi keuangan, akan meningkatkan perspektif gender dan perilaku konsumtif,
2. Perspektif gender juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti peningkatan perspektif gender menghasilkan peningkatan perilaku konsumtif, dan sebaliknya.
 3. perspektif gender juga dapat memediasi pengaruh status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminartha, D. S. A., Firmansyah, F., & A. Ria Ariyani. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE. *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1). <https://doi.org/10.31850/decision.v4i1.2119>
- Aningsih, A. V., & Soejoto, A. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Hasil Belajar Mahasiswa Terhadap Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 2(1). <https://doi.org/10.26740/jpeka.v2n1.p11-18>
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1.
- Asrori, Rofiq, A., & Chariri, A. (2020). Amil behavior utilizing productive zakat for alleviate poverty and empowerment of mustahiq to become muzakk in central java indonesia. *International Journal of Business and Management Science*, 10(2).
- Astuti, R. P. F. (2016). PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA, LITERASI EKONOMI DAN LIFE STYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO. *JURNAL EDUTAMA*, 3(2).
- Dewi, N. R., Karolina, V., & S, H. T. M. (2023). Keterkaitan Antara Status Sosial Ekonomi dan Jenis Kelamin dengan Kemampuan Literasi Digital pada Siswa SMA Negeri 1 Mandor. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5). <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2007>
- Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL. *Journal of Psychological Science and Profession*, 5(2). <https://doi.org/10.24198/jpsp.v5i2.28913>
- Dwi Ambarsari, M., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3).
- Eliza, Z., ulya, Z., & Syafriani, N. (2023). Pengaruh Pengelolaan dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Langsa. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2).
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8). <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1).

- Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2). <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>
- Fazariyah, A., & Sukma Dewi, P. (2020). Studi Pendahuluan:Kontribusi Fasilitas Belajar Dan Tingkat Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Hasil Belajar Matematika Pada Pembelajaran Dalam Jaringan. *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik (JI-MR)*, 3(1).
- Febriyanty, N., & Faizin, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kota Madiun. *JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 7(2), 132–149. <https://doi.org/10.37058/jes.v7i2.5482>
- Hair et al. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. *Sage*.
- Hair, J. F., M.Hult, G. T., M.Ringle, C., & Sarstedt, M. (2021). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage* (2nd ed.). SAGE Publication.
- Hasbi. (2024). Mobile Payment in Overspending Behavior with Gender as a Moderating Variable: Empirical Evidence from Gen Z. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 34–49. <https://doi.org/10.23917/sosial.v5i1.3794>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). PENGARUH UANG SAKU, LOCUS OF CONTROL, DAN LINGKUNGAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3). <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Hidayat, I. A., & Asiyah, B. N. (2022). Pengaruh Gender, Kecerdasan Spiritual, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Non Febi UIN Satu Tulungagung Angkatan 2018. *Yume : Journal of Management*, 5(2).
- Hung, A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2011). Defining and Measuring Financial Literacy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1498674>
- Indarto, D. N. S., & Dananti, K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumtif, Jenis Kelamin, dan Pendapatan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Karyawan Divisi Garment PT Dan Liris Sukoharjo. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.10327>
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS PGRI MADIUN). *Review of Accounting and Business*, 1(1). <https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973>
- Lestary, R. M. I. (2021). *Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Tingkat Ekonomi Orang Tua pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Lubis, L., Abdillah, & Lubis, H. K. (2020). The relationship of self-control and conformity with consumptive behavior of network computer engineering students at smk negeri 2 binjai. *IJLRES-International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2).

- Mahrurnisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer Conformity through Money Attitudes toward Adolescence's Consumptive Behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4). <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i4.163>
- Marheni, N. K. L., & Herawati, N. T. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup, Media Sosial dan Kecerdasan Emosional terhadap Perilaku Keuangan (Studi pada Tenaga Kesehatan yang Menangani Covid-19 di Buleleng). *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(02). <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i02.51885>
- Maris, W. Y., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 18(3).
- Maulidina, Y., & Kurniawati, T. (2022). The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents' Income on Consumptive Behavior. *Economic Education Analysis Journal*, 11(2). <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i2.54254>
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1). <https://doi.org/10.37470/1.24.1.198>
- Nurjanah, S., Ilma, R. Z., & Suparno, S. (2018). Effect of Economic Literacy and Conformity on Student Consumptive Behaviour. *Dinamika Pendidikan*, 13(2). <https://doi.org/10.15294/dp.v13i2.18330>
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Economic Education Analysis Journal KONFORMITAS HEDONIS DAN LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI GAYA HIDUP KONSUMTIF. In *Economic Education Analysis Journal* (Vol. 6, Issue 3).
- Perdana Oskar, D., Wenda Prinoya, R., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
- Pramika, D., Kurniawan, C., Agustina, W., & Muniarti, R. (2018). HUBUNGAN ANTARA STATUS SOSIAL EKONOMI DENGAN PRESTASI BELAJAR MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI FKIP UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 1(2). <https://doi.org/10.31851/neraca.v1i2.2207>
- Pratiwi, N., Aradea, R., & Januardi. (2023). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 69–81. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i1.12480>
- Reviandani, W. (2022). Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge dan Parental Income terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi pada Mahasiswa Baru Program Studi Manajemen Tahun 2021 Universitas Muhammadiyah Gresik). *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(2). <https://doi.org/10.32503/jmk.v7i2.2481>
- Romadloniyah, & Setiaji. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *EEAJ*, 9(1). <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1). <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>

- Safira, N., & Dewi, A. S. (2019). PERAN MODAL SOSIAL SEBAGAI MEDIATOR LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN DI KOTA PADANG. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(1), 29–43. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i1.176>
- Siregar, R. M., Susanti, N., & Aslami, N. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja di E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Gender: *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.56672/syirkah.v2i1.48>
- Siti Mubarokah, M., & Pratiwi, V. (2022). PENGARUH E-COMMERCE, UANG SAKU, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i04.p10>
- Soetikno, N., & Arimurti, D. (2020). *Role of Self-Concept and Conformity on Bullies*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200323.138>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1).
- Supit, D., & Gosal, N. M. (2023). Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 9(1). <https://doi.org/10.31949/educatio.v9i1.4557>
- Tabayun, F. H. (2022). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Keuangan, Teman Sebaya dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi [Skripsi]*. Universitas Lampung.
- Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2019). *The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A study on youth customer in Bandung*. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.136>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1). <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yuanita, I. puspa. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gender, Uang Saku, Asal Daerah, Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3).
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6). <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>
- Yuliana, W., & Sri, W. Y. (2022). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Kelas XI SMAN 1 Tulungagung Tahun Pelajaran 2021/2022. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 6(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6707>
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>