

# The Influence of Financial Literacy and Spending Habits on Shopping Decisions in Market with Personal Preference as a Moderation Variable

Arsy Maulana Firdaus<sup>1</sup>, Sigit Hermawan<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Muhammadiyah University of Sidoarjo, Indonesia



DOI : <https://doi.org/10.51699/ijecep.v2i2.60>



## Sections Info

### Article history:

Submitted: March 26, 2025  
Final Revised: April 2, 2025  
Accepted: April 13, 2025  
Published: April 27, 2025

### Keywords:

Financial literacy  
Spending habits  
Marketplace shopping decision  
Personal finance

## ABSTRACT

**Objective:** This study aims to examine the impact of financial literacy and spending habits on consumer decision-making in the marketplace. **Method:** The research uses a quantitative method and a sample of 115 students from the Spring 2020 semester at the University of Sidoarjo. The data analysis technique used is purposive sampling, using validity and reliability tests, a paired-probability hypothesis, and SPSS version 26 statistical software. **Results:** The results show that financial literacy positively influences consumer decision-making, while spending habits negatively influence consumer decision-making. **Novelty:** The study suggests that financial literacy can moderate the relationship between financial literacy and consumer decision-making, and that good financial management can positively influence consumer decision-making.

## INTRODUCTION

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 sesuatu 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].

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.

Keuangan 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[8]. 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 rutinitas berbelanja terhadap pengelolaan keuangan pribadi secara parsial dan simultan.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh positif signifikan secara parsial 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. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian [13] yang menyatakan bahwa pendapatan, niat berperilaku, dan pengaruh sosial semuanya mempunyai pengaruh 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**

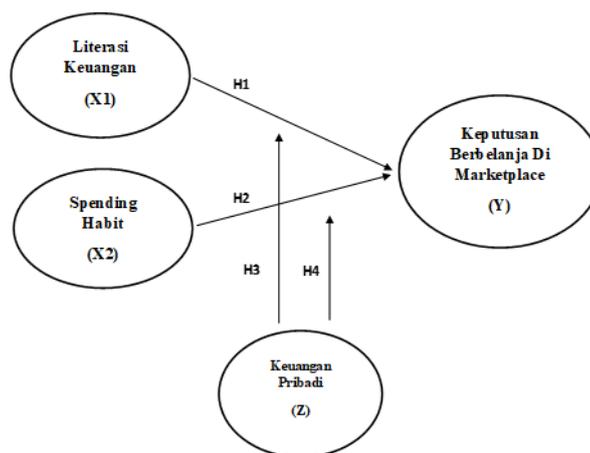
Menurut teori perilaku konsumen merupakan sebuah teori berupa studi yang mempelajari bagaimana seseorang konsumen mencari, memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan berbelanja dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan perilaku. Penerapan teori bidang psikologi untuk mempelajari perilaku konsumen didasarkan pada teori ini, yang berpendapat bahwa faktor psikologis individu secara konstan dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan[15]. Teori ini lebih menekankan pada hubungan dan pengaruh antara individu yang terkait dengan perilaku mereka. 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 [16] 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**

Teori perilaku konsumen adalah teori yang mempelajari bagaimana konsumen menemukan, memilih, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya[15]. Menurut teori konsumen, ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan berbelanja konsumen. keputusan berbelanja didasarkan pada perhitungan ekonomi yang sadar dan rasional. Konsumen individu mencoba menggunakan barang yang paling banyak digunakan (kepuasan) berdasarkan preferensi dan harga mereka[15]. 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 [17] 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.

## RESEARCH METHOD

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[18]. 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], [19].

### Definisi Variabel, Identifikasi Variabel Dan Indikator variabel

Literasi keuangan (X1) adalah kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi[20]. Indikator literasi keuangan berdasarkan pandangan [20]:

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 [21]. Indikator Spending Habit berdasarkan pandangan [22].

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 [23]. Indikator Keuangan Pribadi berdasarkan pandangan [24], [25].

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 [26]. Indikator Keputusan Berbelanja di Marketplace berdasarkan pandangan [27].

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:

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

Keterangan:

n = Standar sampel/total responden

N = Jumlah populasi

e = Margin eror 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

Standar data dalam tiap items variabel didapat atas tanggapan responden saat mengisi angket. Pengukurannya dilaksanakan dengan likert scale pada skor 1 - 5, 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 atau variabel terikat. Peneliti menggunakan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) sebagai alat analisis data dalam penelitian ini. Sebelum menguji pengaruhnya, harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menjamin validitas dan reliabilitas pertanyaan atau tes pada kuesioner.

Uji t dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) 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 ( $R^2$ ). Koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel terikat memiliki pengaruh yang lebih besar dari variabel bebas.

## RESULTS AND DISCUSSION

### *Results*

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 meliputi karakteristik berdasarkan jenis kelamin dan usia responden. Distribusi gender karakteristik responden disajikan pada Tabel 1 berikut :

**Tabel 1.** Karakteristik responden.

<b>Kriteria</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Mahasiswa Semester 7 Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo		
Laki - Laki	11	9.6
Perempuan	104	90.4
Total	115	100

Sumber : Data 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

Untuk membantu peneliti memahami kecenderungan tanggapan responden terhadap variabel penelitian, analisis deskriptif jawaban responden dilakukan. Hasil analisis 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

### Hasil Uji Kualitas Data

#### Hasil Uji Validitas

**Tabel 3.** Hasil uji validitas.

Variabel	Pertanyaan	Pearson Corelation (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
	X2.5	0.852**	0.152	Valid
Keuangan Pribadi (Z)	Z.1	0.221**	0.152	Valid
	Z.2	0.426**	0.152	Valid
	Z.3	0.358**	0.152	Valid

Keputusan Berbelanja (Y)	Z.4	0.191**	0.152	Valid
	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 : 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	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<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	20.478	1.214		16.874	.000	
1	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 (R<sup>2</sup>)

Tabel 6. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.460 <sup>a</sup>	.672	.651	.41123677282

a. Predictors: (Constant), M\_X2\_Z, Total.X1, Total.X2, M\_X1\_Z

Berdasarkan Tabel 6 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 tambahanyang tidak dibahas dalam penelitian ini adalah 35,9%

### Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7. Hasil uji t (Parsial).

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(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

a. Dependent Variable: Keputusan Berbelanja

### Analisis Regresi Linier Berganda

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<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
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 signifikansinya 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.

### Discussion

#### Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Berbelanja

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada Tabel 7, variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja. Ini berarti bahwa peningkatan literasi keuangan konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian di marketplace. Konsumen dengan literasi keuangan yang tinggi dapat membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan menetapkan prioritas kebutuhan mereka. Akibatnya, saat membeli barang di marketplace, mereka hanya membeli barang yang bermanfaat dan sesuai kebutuhan. Konsumen dengan karakteristik ini mampu menghindari masalah keuangan dengan mengurangi pola hidup konsumtif. Semakin tinggi pengetahuan keuangan dan keahlian seseorang dalam mengimplementasikan

aspek-aspek literasi keuangan, seperti pengetahuan keuangan dasar, tabungan, pinjaman, dan asuransi, semakin bijaksana perilaku keuangan mereka dan semakin efektif pengelolaan keuangan mereka. Hasil penelitian ini konsisten serta mendukung penelitian [6], [28], [29], [30], [31]

### **Pengaruh *Spending Habit* terhadap Keputusan Berbelanja**

Berdasarkan hasil pengujian parsial pada Tabel 7, variabel Kebiasaan Belanja (*Spending Habit*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja. Artinya, semakin tinggi kesadaran seseorang dalam mengatur dan mengetahui prioritas dalam kebiasaan belanjanya serta mengurangi pembelian yang tidak 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**

Berlandaskan 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 intelektual atau pengetahuan seseorang dalam mengatur dan mengetahui prioritas dalam berbelanja, melalui pengelolaan keuangan pribadi yang baik, semakin efektif pula literasi keuangan yang diterapkan secara teratur dalam memanager keputusan belanja. Hal ini dianggap penting karena mampu membantu seseorang mengelola keuangan dengan lebih bijak [32]. 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 [33].

### **Pengaruh *Spending Habit* terhadap Keputusan Berbelanja di Moderasi oleh Keuangan Pribadi**

Berlandaskan 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 memperlambat 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[34].

## CONCLUSION

**Fundamental Finding :** 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. **Implication :** 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. **Limitation :** 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. **Future Research :** 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.

## REFERENCES

- [1] Y. Widiyawati, C. D. S. Ningsih, F. Lestari, and G. Pramita, "ANALISIS PENGARUH BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU PERJALANAN BELANJA DIMASA PANDEMI COVID-19," *JICE (Journal of Infrastructural in Civil Engineering)*, vol. 3, no. 02, p. 25, Aug. 2022, doi: 10.33365/jice.v3i02.2151.
- [2] Retno Ayuningrum, "Warga RI Makin Doyan Belanja Online, Penggunaanya Tembus 196 Juta Baca artikel detikfinance, 'Warga RI Makin Doyan Belanja Online, Penggunaanya Tembus 196 Juta' ," *Detik Finance*.
- [3] Siti Nur Aeni, "7 Marketplce Terbesar Di Indonesia Kuartal III 2021," *Kata Data*.
- [4] Sasana Digital, "25 Marketplce Online Terbesar di Indonesia [Update 2024]," *PT. Sasana Solusi Digital*.
- [5] Admin BFI, "Literasi Keuangan: Pengertian, Manfaat, dan Tingkatannya," *BFI Finance*.
- [6] Yesipah and Susilo Setiyawan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Lokus Kendali dan Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, pp. 53–60, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrmb.v3i1.2063.
- [7] M. N. Ningtyas, "Literasi Keuangan pada Generasi Milenial," *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, vol. 13, no. 1, pp. 20–27, May 2019, doi: 10.32812/jibeka.v13i1.111.
- [8] S. Hermawan and S. Biduri, *Akuntansi Keprilakuan, Edisi Pertama*. Sidoarjo: CV. Indomedia Pustaka, 2019.
- [9] Rebecca Stropoli, "Your Spending Habits Are All in Your Head Consumers do some complicated mental accounting when allocating money, and researchers are mapping it.," *Chicago Booth Review*.
- [10] D. R. Zahra and P. Anoraga, "The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior," *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 8, no. 2, pp. 1033–1041, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033.
- [11] Amanita Novi Yushita, "PENTINGNYA LITERASI KEUANGAN BAGI PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI," *JURNAL NOMINAL*, vol. 6, pp. 1–16, 2017.
- [12] Yesipah and Susilo Setiyawan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Lokus Kendali dan Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, pp. 53–60, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrmb.v3i1.2063.
- [13] R. P. Febriani and S. Hermawan, "THE EFFECT OF MOBILE SELF EFFICACY AND SPENDING HABITS ON PURCHASE DECISIONS USING SHOPEE PAYLATER WITH FINANCIAL LITERACY AS AN INTERVENING VARIABLE [PENGARUH MOBILE SELF EFFICACY DAN SPENDING HABITS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING]."
- [14] Alfira Valentiana, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA," *Universitas Muhammadiyah Malang, Malang*, 2023.
- [15] S. Adha, "FAKTOR REVOLUSI PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR".
- [16] M. Oktaviani, M. Oktaria, and R. Alexandro, "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa," *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, vol. 9, no. 2, pp. 136–145, 2023, doi: 10.23887/jiis.v9i2.68587.
- [17] S. Nada Fauziah, P. Hilmi Prayitno, H. Wahyono, ufah S. Inayati Program Studi, P. Ekonomi, and F. Ekonomi dan Bisnis, "The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior with Paylater as a Mediating Variable."
- [18] SE. , M. S. Dr. Sigit Hermawan and SE. , M. M. Amirullah, *METODE PENELITIAN BISNIS: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative, 2016.

- [19] D. Lisdiana and W. P. Setiyono, "The Effect of Life Style, Self Control and Financial Literacy on Financial Management with Consumptive Behavior as A Moderating Variable," *Indonesian Journal of Innovation Studies*, vol. 20, Oct. 2022, doi: 10.21070/ijins.v20i.709.
- [20] A. N. Yushita, "PENTINGNYA LITERASI KEUANGAN BAGI PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI," *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, vol. 6, no. 1, Jun. 2017, doi: 10.21831/nominal.v6i1.14330.
- [21] A. Furnham, "The saving and spending habits of young people," *J Econ Psychol*, vol. 20, no. 6, pp. 677-697, Dec. 1999, doi: 10.1016/S0167-4870(99)00030-6.
- [22] M. M. Cummins and S. J. Jenkins, "FINANCIAL ATTITUDES AND SPENDING HABITS OF UNIVERSITY FRESHMEN," 2009.
- [23] Wikipedia, "Keuangan pribadi," Wikipedia.
- [24] Ristati, Zulham, and Sutriani, "Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan pada UMKM kopi di Provinsi Aceh," *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, vol. 19, no. 3, pp. 576-589, 2022.
- [25] R. Hariyani and T. Prasetyo, "Persepsi Mahasiswa Mengenai Manajemen Keuangan Pribadi Dalam Menghadapi Ancaman Resesi Ekonomi Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, vol. 21, 2023, doi: 10.31294/jp.v21i1.
- [26] William and H. W. Aripardono, "Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Online Marketplace Indonesia," *Teknika*, vol. 9, no. 1, pp. 48-57, Jul. 2020, doi: 10.34148/teknika.v9i1.269.
- [27] Lalamove Indonesia, "9 Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Barang," LALAMOVE.
- [28] V. Sofiyanti, R. Hafid, and M. Mahmud, "HUBUNGAN LITERASI KEUANGAN (FINANCIAL LITERACY) TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO," 2022, doi: 10.32812/jibeka.v16i2.1046.
- [29] Nur Hidayah and Budi Permana, "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian pada Pemanfaatan Layanan Jasa Keuangan Investasi Aplikasi Bibit," *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 6, pp. 8968-8976, Nov. 2023.
- [30] D. R. Harjayanti, A. Rovita, and T. Yuwono, "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Tingkat Literasi keuangan, Instrumen Literasi Keuangan pada Keputusan Pembelian pada Media Online (Studi Kasus Masyarakat di Daerah Tangerang Selatan)," *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, vol. 4, no. 2, pp. 199-209, Dec. 2020, doi: 10.33753/mandiri.v4i2.127.
- [31] Yenny Rochaniah and Ratna Candra Sari, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, PENGHASILAN, DAN GENDER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE".
- [32] Siska Widyaningrum and Sri Lestari Kurniawan, "PENGARUH SIKAP KEUANGAN, PENGETAHUAN KEUANGAN DAN PENGALAMAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN KELUARGA DI SIDOARJO," pp. 1-15, 2018.
- [33] P. DAN PENYADARAN MASYARAKAT TERHADAP PRAKTIK KEUANGAN YANG BERTANGGUNG JAWAB Muhammad Hisam, "MULTIFINANCE *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*," vol. 1, no. 1, 2023, [Online]. Available: <http://altinriset.com/journal/index.php/multifinance>
- [34] S. Muntahanah, H. Cahyo, H. Setiawan, and S. Rahmah, "Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan di Masa Pandemi," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, vol. 21, no. 3, p. 1245, Oct. 2021, doi: 10.33087/jiubj.v21i3.1647.

**Arsy Maulana Firdaus**

Muhammadiyah University of Sidoarjo, Indonesia

**\*Sigit Hermawan (Corresponding Author)**

Muhammadiyah University of Sidoarjo, Indonesia

Email: [sigithermawan@umsida.ac.id](mailto:sigithermawan@umsida.ac.id)

---