

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Deskripsi Umum Objek Penelitian

a. Profil Perusahaan

Shopee adalah toko online yang diperkenalkan pada tahun 2015, dimiliki oleh SEA Group yang berpusat di Singapura telah mengembangkan Shopee ke sejumlah negara termasuk Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Platform seluler Shopee dikembangkan dengan mengadopsi konsep *e-commerce* global, yang tercatat sebagai salah satu dari lima perusahaan *e-commerce* yang dianggap paling inovatif oleh *Tech In Asia*. Sebagai *marketplace* yang cepat dan mudah digunakan, Shopee menawarkan beragam produk mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari. Untuk meningkatkan kenyamanan berbelanja shopee dapat diakses melalui situs web maupun aplikasi mobile.

Shopee Indonesia secara resmi diluncurkan pada bulan Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Kantor pusatnya berlokasi di Wisma 77 Tower 2, Lantai 11, Jl. Letjen S. Parman Kav. 77, Slipi, Palmerah, Jakarta Barat. Shopee menyediakan berbagai fitur-fitur yang ditawarkan mencakup program *flash sale*, fasilitas bebas ongkir, penawaran

cashback dan voucher, fitur permainan dalam aplikasi, metode pembayaran digital *ShopeePay*, serta layanan kredit terbaru yakni *Shopee PayLater*.

b. Deskripsi *Shopee PayLater*

Layanan pembayaran kartu kredit terbaru, *Shopee PayLater*, kini telah tersedia. Shopee menjalin kemitraan dengan PT Lentera Dana Nusantara (LDN) untuk meluncurkan produk *PayLater* ini pada 6 Maret 2019. Pelanggan dapat dengan mudah membayar barang menggunakan *Shopee PayLater* dalam jangka waktu satu bulan tanpa bunga, atau dengan rencana pembayaran selama dua atau tiga bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Opsi pinjaman cepat ini dimulai dari Rp750.000. *Shopee PayLater* dapat digunakan di semua platform pembayaran Shopee, mirip dengan fungsi *PayLater* lainnya.

c. Cara Menggunakan *Shopee PayLater*

Proses pinjaman menggunakan *Shopee PayLater* di aplikasi Shopee tergolong cepat dan mudah, karena cukup menggunakan identitas pribadi tanpa perlu proses *BI Checking*, analisis kelayakan, atau jaminan.

Pengguna dapat menggunakan aplikasi Shopee untuk mengaktifkan layanan ini dengan membuka menu, memilih *Shopee PayLater*, lalu mengunggah foto diri dan kartu identitas. Setelah itu, pengguna harus menunggu beberapa menit untuk verifikasi. Pengguna akan langsung menerima limit pinjaman sebesar Rp750.000 jika Shopee menyetujui pengajuan, dan

mereka dapat menggunakan jumlah tersebut untuk melakukan pembelian di Shopee.

d. Denda pada *Shopee PayLater*

Keterlambatan dalam pembayaran tagihan *ShopeePay Later* akan berpengaruh pada:

1. Dikenakan biaya keterlambatan sebesar lima persen per bulan dari total pembayaran.
2. Terjadi pembatasan penggunaan voucher Shopee dan akses ke fitur-fitur dalam aplikasi.
3. Skor kredit yang tercatat dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) OJK berpotensi menimbulkan hambatan dalam memperoleh pembiayaan dari perbankan maupun lembaga keuangan lainnya.

e. Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Didirikan pada tahun 1960, Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) mengawali perjalanannya dengan Fakultas Tarbiya telah memberikan akreditasi kepada Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Malang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) didirikan pada tahun 1975 dengan program studi Ilmu Kesejahteraan Sosial (SI) sebagai jurusan pertamanya. Pada tahun 1978, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan juga didirikan, dengan jurusan Pendidikan Masyarakat

dan Kewarganegaraan (PMP dan KN) serta Pendidikan Matematika (S1). Kedua program tersebut merupakan cabang universitas. Dimulai pada tahun ajaran 1982-1983, ketika fakultas cabang mulai dibubarkan, para tokoh Muhammadiyah dari Daerah Ponorogo, dengan bantuan para pejuang pendidikan yang berpengalaman, Universitas Muhammadiyah Ponorogo didirikan secara mandiri dengan menambah dua fakultas, yaitu Fakultas Teknik dan Fakultas Ekonomi. Pada tanggal 19 November 1986, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mengeluarkan surat keputusan yang menyetujui berdirinya Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang terdiri dari lima fakultas dan tujuh jurusan di semua jenjang S1, setelah melalui berbagai upaya dan semangat idealisme yang kuat. Pada tahun 1990, Setelah meraih status 'diakui' dari sebelumnya 'terdaftar', Program Studi Manajemen menunjukkan perkembangan signifikan. Tiga tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1993, Program Studi Pendidikan Agama Islam didirikan secara resmi. Dengan dukungan Kementerian Kesehatan Indonesia, Universitas Muhammadiyah Ponorogo juga berhasil membuka sejumlah jurusan baru pada tahun tersebut, seperti Akademi Keperawatan, Pendidikan Bahasa Inggris (S1), Ilmu Pemerintahan (S1), dan Akuntansi (D3). Program akademik S1 Teknik Elektro dan D3 Ilmu Komunikasi didirikan pada tahun 1998. Program pendidikan baru yang ditambahkan antara tahun 2005 dan 2010 meliputi program Sarjana Akuntansi, Teknik Informatika, dan Keperawatan serta Program Diploma Tiga Kebidanan dan Profesi Keperawatan (S1). Fakultas

Hukum, yang menawarkan program studi Ilmu Hukum (S1) dan Pendidikan Pascasarjana (S2), diperkenalkan pada tahun 2010. Saat ini, Universitas Muhammadiyah Ponorogo menawarkan 24 program studi, termasuk D3, S1, dan S2, yang tersebar di 7 fakultas dan 2 program pascasarjana.

2. Gambaran Umum Responden

a. Profil Responden

1. Kategori Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan uraian responden dalam penelitian berdasarkan perbedaan jenis kelamin :

Tabel 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	17	16,2%
2	Perempuan	88	83,2%
Total	105	105	100%

Sumber : Data primer diolah Peneliti, 2025

Distribusi gender dari 105 responden ditampilkan pada Tabel 2, yang mencakup 88 responden perempuan (83,2%) dan 17 responden laki-laki (16,2%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih cenderung menggunakan layanan *Shopee PayLater* dibandingkan laki-laki, menunjukkan bahwa mereka lebih aktif berbelanja di platform tersebut.

2. Responden berdasarkan Fakultas

Berdasarkan fakultas dapat dilihat data pada tabel berikut ini :

Tabel 3 Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah Responden	Persentase
1	FAI	4	3,8%
2	FISIP	4	3,8%
3	FKIP	12	11,4%
4	FE	58	55,2%
5	FT	12	11,4%
6	FIK	8	7,6%
7	FH	7	6,7%
Total	105	105	100%

Sumber: DataPrimer diolah oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3, terdapat 105 responden. Persentase responden tertinggi berasal dari Fakultas Ekonomi (58 responden atau 55,2%), sedangkan persentase terendah terdapat pada Fakultas Agama Islam dan Fakultas Ilmu Sosial (4 responden atau 3,8%).

3. Responden berdasarkan Tahun Masuk

Peneliti menyajikan distribusi tahun masuk responden, yang dapat ditinjau melalui tabel di bawah ini :

Tabel 4 Responden Berdasarkan Tahun Masuk

No	Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
1	2021	57	54,3%
2	2022	21	20,0%
3	2023	15	14,3%
4	2024	12	11,4%
Total	105	105	100%

Sumber : Data primer diolah Peneliti, 2025

Karakteristik responden berdasarkan Tahun Masuk ditampilkan pada Tabel 4, di mana jumlah tertinggi berasal dari Angkatan 2021, yaitu sebanyak 57 responden (54,3%), sedangkan jumlah terendah adalah Angkatan 2024 dengan 12 responden (11,4%).

4. Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian menggunakan *Shopee PayLater*

Berdasarkan Frekuensi Pembelian menggunakan *Shopee PayLater* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5 Frekuensi Belanja menggunakan *Shopee PayLater*

No	Frekuensi	Jumlah Responden	Persentase
Belanja menggunakan <i>Shopee PayLater</i>			
1	1-3 kali	95	90,5%
2	4-6 kali	8	7,6%
3	7-9 kali	2	1,9%
Total	105	105	100%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Tabel 5 menggambarkan data responden berdasarkan tingkat frekuensi mereka dalam menggunakan *ShopeePay Later* saat berbelanja menunjukkan bahwa jumlah tertinggi adalah selama 1-3 kali sebanyak 95 atau 90,5%, sedangkan jumlah terendah berada pada 7-9 kali dengan jumlah 2 atau 1,9%.

5. Responden berdasarkan Lama menggunakan *Shopee PayLater*

Berdasarkan lama menggunakan *Shopee PayLater* Disajikan pada tabel berikut :

Tabel 6 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Shopee PayLater*

No	Lama	Jumlah Responden	Persentase
menggunakan			
Shopee PayLater			
1	1-5 Bulan	84	80,0%
2	6-12 Bulan	18	17,1%
3	1-5 Tahun	3	2,9%
Total	105	105	100%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Karakteristik responden dilihat dari periode waktu penggunaan *Shopee PayLater*, seperti yang ditampilkan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa jumlah tertinggi adalah selama 1-5 bulan sebanyak 84 atau 80,0%, sedangkan jumlah terendah berada pada 1-5 tahun dengan jumlah 3 atau 2,9%.

b. Deskripsi Jawaban Responden

Setelah kuesioner disebarkan dan responden memberikan jawaban berdasarkan pilihan yang telah disediakan, sehingga tanggapan mereka dikategorikan ke dalam lima tingkat skala penilaian yaitu: “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “netral”, “setuju”, dan “sangat setuju”. Rincian data yang dikumpulkan disajikan di bawah ini :

a. Variabel *Financial Literacy* (X₁)

Berdasarkan indikator dari variabel, berikut ini adalah rekap tanggapan responden terhadap variabel *Financial Literacy* (X₁) :

Tabel 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Financial Literacy* (X₁)

No	Item	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Total Responden	Rata- rata
1	X1.1	64 x 5 = 320	34 x 4 = 136	6 x 3 = 18	1 x 2 = 2	0	473	105	4,50%
2	X1.2	58 x 5 = 290	43 x 4 = 172	4 x 3 = 12	0 x 2 = 0	0	474	105	4,51%
3	X1.3	20 x 5 = 100	46 x 4 = 184	33 x 3 = 99	6 x 2 = 12	0	395	105	3,76%
4	X1.4	38 x 5 = 190	54 x 4 = 216	13 x 3 = 39	0	0	445	105	4,23%
5	X1.5	51 x 5 = 255	49 x 4 = 196	3 x 3 = 9	1 x 2 = 2	1 x 1 = 1	463	105	4,40%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 7, terlihat bahwa pernyataan “Tujuan dari perencanaan keuangan adalah untuk terhindar dari kesulitan keuangan”

memiliki rata-rata tertinggi, yaitu 4,51%. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden memiliki kesadaran yang tinggi bahwa perencanaan keuangan dapat mencegah kesulitan finansial di masa depan. Temuan ini mengindikasikan adanya kemungkinan bahwa responden cenderung lebih waspada dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah pernyataan “menyimpan uang di bank sangat aman,” Dengan rata-rata sebesar 3,76%, hasil ini mengindikasikan bahwa responden kurang memiliki keyakinan terhadap keamanan menyimpan uang di bank. Ketidakpastian tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kekhawatiran terhadap stabilitas lembaga perbankan, keterbatasan pemahaman, serta risiko inflasi.

b. Variabel *Self Control* (X₂)

Jawaban responden atas pernyataan yang terdapat pada kuesioner, rekapitulasinya untuk variabel *Self Control* (X₂) dapat dilihat :

Tabel 8 Respon Responden Terhadap Variabel *Self Control* (X₂)

No	Item	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Total Responden	Rata- rata
1	X2.1	38 x 5 = 190	51 x 4 = 204	14 x 3 = 42	1 x 2 = 2	1 x 1 = 1	439	105	4,18%
2	X2.2	44 x 5 = 220	49 x 4 = 196	9 x 3 = 27	3 x 2 = 6	0	449	105	4,27%
3	X2.3	40 x 5 = 200	50 x 4 = 200	14 x 3 = 42	1 x 2 = 2	0	444	105	4,22%
4	X2.4	42 x 5 = 210	46 x 4 = 184	14 x 3 = 42	2 x 2 = 4	1 x 1 = 1	441	105	4,20%
5	X2.5	44 x 5 = 220	51 x 4 = 204	9 x 3 = 27	1 x 2 = 2	0	453	105	4,31%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Pernyataan “Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan” mencatat rata-rata tertinggi, yaitu 4,31%, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden memiliki kesadaran tinggi dalam melakukan pembelian. Ini mencerminkan sikap positif terhadap pengelolaan keuangan dan keputusan belanja yang bijak, sehingga responden tidak cenderung berperilaku konsumtif.

Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya merencanakan skala prioritas kebutuhan sebelum membeli,” rata-rata skor yang diperoleh adalah 4,18%. Fakta ini menunjukkan bahwa meski responden telah menyadari pentingnya merencanakan prioritas dalam pembelian, pelaksanaan perencanaan tersebut masih belum optimal. Kemungkinan hal tersebut disebabkan oleh kurangnya kesadaran, keterbatasan waktu, pola kebiasaan, atau situasi ekonomi tertentu.

c. Variabel Sikap Keuangan (X₃)

Untuk variabel Sikap Keuangan (X₃), berikut ini adalah rekapitulasi jawaban responden pada kuesioner :

Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Keuangan (X₃)

No	Item	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Total Responden	Rata- rata
1	X3.1	51 x 5 = 255	45 x 4 = 180	5 x 3 = 15	3 x 2 = 6	1 x 1 = 1	427	105	4,06%
2	X3.2	43 x 5 = 215	28 x 4 = 112	23 x 3 = 69	8 x 2 = 16	3 x 1 = 3	415	105	3,95%
3	X3.3	35 x 5 = 175	50 x 4 = 200	17 x 3 = 51	3 x 2 = 6	0	432	105	4,11%
4	X3.4	21 x 5 = 105	46 x 4 = 184	32 x 3 = 96	5 x 2 = 10	1 x 1 = 1	396	105	3,88%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya percaya bahwa memiliki asuransi atau investasi adalah salah satu cara untuk meningkatkan keamanan financial”, yaitu sebesar 4,11% yang dapat diartikan bahwa secara keseluruhan responden telah memiliki pemahaman yang baik mengenai pentingnya asuransi dan investasi dalam perencanaan keuangan. Hal ini menunjukkan pandangan positif responden terhadap asuransi dan investasi sebagai alat untuk meningkatkan keamanan keuangan mereka.

Sedangkan nilai rata-rata terendah pada pernyataan “Saya melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara teratur” dengan nilai rata-rata sebesar 3,88%. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih mengalami kendala atau tantangan dalam praktik melakukan pencatatan keuangan mereka. Hal ini biasanya dipengaruhi oleh kurangnya kebiasaan untuk melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan. Dengan demikian maka diperlukan cara untuk meningkatkan kesadaran dan praktik pencatatan keuangan terutama dikalangan mahasiswa agar mereka mampu mengelola keuangan secara efektif dan mencapai tujuan finansial yang diinginkan.

d. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Pernyataan responden yang terdapat pada kuesioner berdasarkan indikator variabel, untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebagai berikut :

Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Item	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Total	Total Responden	Rata- rata
1	Y1	3 x 5 = 15	26 x 4 = 104	38 x 3 = 114	19 x 2 = 38	19 x 1 = 19	290	105	2,76%
2	Y2	8 x 5 = 40	29 x 4 = 116	41 x 3 = 123	14 x 2 = 28	13 x 1 = 13	320	105	3,04%
3	Y3	1 x 5 = 5	14 x 4 = 56	50 x 3 = 150	18 x 2 = 36	22 x 1 = 22	269	105	2,56%
4	Y4	4 x 5 = 20	16 x 4 = 64	33 x 3 = 99	30 x 2 = 60	21 x 1 = 21	264	105	2,51%
5	Y5	6 x 5 = 30	21 x 4 = 84	27 x 3 = 81	26 x 4 = 104	25 x 1 = 25	324	105	3,08%
6	Y6	15 x 5 = 75	29 x 4 = 116	29 x 3 = 87	21 x 2 = 42	11 x 1 = 11	331	105	3,15%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Tabel 10, menunjukkan pernyataan “Saya lebih terlihat percaya diri apabila memakai barang dengan harga yang mahal” memiliki jumlah rata-rata paling tinggi yaitu sebesar 3,15%, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan untuk meningkatkan rasa percaya diri melalui konsumsi barang-barang mahal, yang didorong oleh asumsi kualitas produk yang lebih baik, serta pertimbangan status sosial dan pengaruh lingkungan.

Nilai rata-rata terendah yaitu pernyataan “Saya akan berbelanja dengan harga murah meskipun barang tersebut tidak berguna” rata-rata yang diperoleh adalah 2,51%. Temuan ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden tidak memberikan persetujuan terhadap pernyataan tersebut yang menunjukkan pendekatan yang lebih bertanggung jawab dan logis terhadap pengelolaan dan pengeluaran uang. Meskipun responden mungkin percaya bahwa memiliki barang yang murah dan tidak berguna adalah pemborosan, pengelolaan uang

yang bijaksana adalah cara lain untuk mencegah pembelian barang-barang tersebut. Tingkat perilaku konsumtif responden juga bisa dibilang rendah terhadap konsumsi barang-barang yang tidak diperlukan.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas diuji guna mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner relevan dan sesuai dengan variabel yang diteliti (Sujarweni, 2014). Jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dapat memberikan informasi tentang sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap sah. Berikut ini adalah persyaratan pengujian untuk uji validitas ini:

1. Landasan pengambilan keputusan pada tingkat relevansi 5%.
2. Data dianggap tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$.
3. Data atau butir pertanyaan dianggap sah jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$.
4. Tabel koefisien korelasi "r" menampilkan nilai r tabel. Nilai db penelitian adalah $db = 105 - 2 = 103$. Nilai dalam tabel r adalah 0,1900. SPSS versi 29 adalah instrumen yang digunakan dalam uji validitas ini. Berikut adalah temuan uji validitas:

Tabel 11 Uji Validitas

Variabel	Indikator	R	R	Ket
		Hitung	Tabel	
<i>Financial Literacy</i>	X1.1	0,628	0.1900	Valid
	X1.2	0,556	0.1900	Valid
	X1.3	0,593	0.1900	Valid
	X1.4	0,718	0.1900	Valid
	X1.5	0,665	0.1900	Valid
<i>Self Control</i>	X2.1	0,708	0.1900	Valid
	X2.2	0,673	0.1900	Valid
	X2.3	0,619	0.1900	Valid
	X2.4	0,763	0.1900	Valid
	X2.5	0,554	0.1900	Valid
<i>Sikap Keuangan</i>	X3.1	0,692	0.1900	Valid
	X3.2	0,728	0.1900	Valid
	X3.3	0,687	0.1900	Valid
	X3.4	0,626	0.1900	Valid
<i>Perilaku Konsumtif</i>	Y.1	0,668	0.1900	Valid
	Y.2	0,789	0.1900	Valid
	Y.3	0,809	0.1900	Valid
	Y.4	0,770	0.1900	Valid
	Y.5	0,825	0.1900	Valid
	Y.6	0,575	0.1900	Valid

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2025

Setiap item dalam setiap variabel dalam penelitian ini dianggap asli, menurut hasil uji validitas pada tabel 11. Nilai r yang diestimasikan untuk setiap item lebih besar daripada r tabel khususnya, r yang dihitung $> 0,1900$, seperti yang ditunjukkan oleh tabel. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam penelitian ini sah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan kuesioner memenuhi standar dan cocok untuk digunakan dalam proses pengumpulan data.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2014) “Uji statistik *Cronbach's Alpha* dapat digunakan untuk menentukan reliabilitas. Jika nilai *Cronbach's Alpha* suatu

variabel $> 0,60$, variabel tersebut dianggap reliabel. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 29 sebagai alat bantu dalam melakukan uji reliabilitas terhadap instrumen kuesioner yang digunakan. Kuesioner tersebut dinilai layak digunakan dalam proses pengumpulan data tambahan, mengingat hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas yang ditetapkan.”

Tabel 12. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	0,615	0,60	Reliabel
<i>Self Control</i>	0,668	0,60	Reliabel
Sikap Keuangan	0,610	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,830	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, diperoleh bukti bahwa “variabel *Financial Literacy*, *Self Control*, *Sikap Keuangan* dan Perilaku Konsumtif memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$. Sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.” Dengan demikian, setiap pertanyaan pada variabel-variabel tersebut dinilai layak dan dapat diandalkan untuk digunakan dalam proses pengumpulan data lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Model regresi dianalisis melalui Uji Normalitas untuk menilai apakah residual atau error term dalam model tersebut berdistribusi normal (Ghozali, 2018). “Data dianggap memiliki distribusi normal jika nilai probabilitas atau Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya $> 0,05$, namun jika nilai tersebut $< 0,05$, maka data dianggap tidak normal.

Tabel 13 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Predicted Value
N			105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		16.6761905
	Std. Deviation		1.48823124
Most Extreme Differences	Absolute		.061
	Positive		.037
	Negative		-.061
Test Statistic			.061
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.427
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.414
		Upper Bound	.439

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Data Primer diolah oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas, hasil Uji Normalitas pada variable *Financial Literacy*, *Self Control*, Sikap Keuangan dan Perilaku Konsumtif diatas memiliki nilai signifikasi sebesar 0,200. Dimana nilai tersebut $> 0,05$ yang artinya penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018) Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang dianalisis. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai tolerance $> 0,01$ dan nilai VIF $< 0,10$ dalam model, maka regresi dapat dikatakan bebas dari multikoleniaritas.

Tabel 14 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.026	5.057	1.192	.236		
	X1	.659	.274	.285	.2401	.642	1.558
	X2	.293	.260	.146	1.129	.539	1.854
	X3	-.599	.265	-.290	-2.261	.026	1.829

a. Dependent Variable: Y

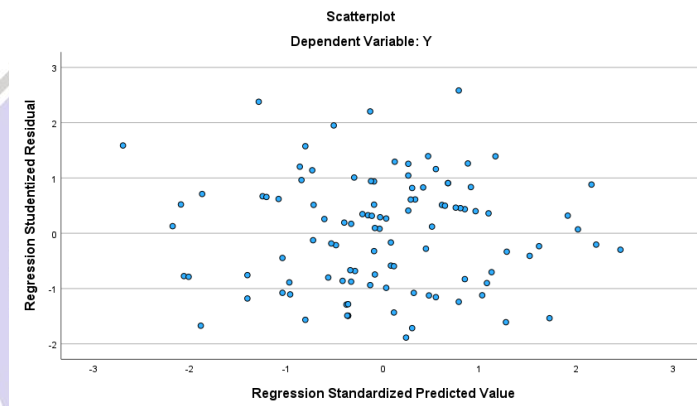
Sumber: Data primer diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel Literasi Keuangan sebesar $0,642 > 0,1$, dan untuk variabel Kontrol Diri sebesar $0,539 > 0,1$. Nilai tolerance untuk variabel Sikap Keuangan adalah $0,547 > 0,1$. Sementara itu, nilai VIF untuk variabel Literasi Keuangan adalah $1,558 < 10$, untuk variabel Kontrol Diri adalah $1,854 < 10$, dan untuk variabel Sikap Keuangan adalah $1,829 < 10$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut penjelasan Ghozali (2018) “Pengujian varians dan residual yang tidak merata di seluruh pengamatan dalam model regresi dapat dilakukan dengan bantuan uji heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas, grafik scatterplot digunakan. Berikut adalah visualisasi scatterplot dari hasil regresi.:

Gambar 3 Pola Scatterplot



Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Dari gambar berikut dapat disimpulkan bahwa “hasil pengujian pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas karena titik-titik pada grafik scatterplot tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola.”

3. Alat Analisis Data

a. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menerapkan Analisis Regresi Linear Berganda guna mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29, dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 15 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				Tolerance VIF
1	(Constant	6.026	5.057		1.192	.236	
	)						
	X1	.659	.274	.285	2.401	.018	.642 1.558
	X2	.293	.260	.146	1.129	.262	.539 1.854
	X3	-.599	.265	-.290	-2.261	.026	.547 1.829

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Hasil analisis regresi pada Tabel 7 menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + e$$

$$Y = 6.026 + 0,659 X_1 + 0,293 X_2 + (-) 0,599 X_3 + e$$

Model regresi sebelumnya menggambarkan sebagian hubungan antara variabel independen dan dependen. Dari persamaan ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta

Konstanta dalam penelitian ini adalah 6,026 dan memiliki nilai positif. Artinya variabel bebas (*Financial Literacy*, *Self Control* dan Sikap Keuangan) dalam keadaan konstan, maka nilai Perilaku Konsumtif (Y) akan mencapai nilai sebesar 6,026.

2. *Financial Literacy* (X1)

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien variabel literasi keuangan sebesar 0,659, yang menandakan adanya hubungan positif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa peningkatan satu satuan dalam literasi keuangan akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif sebesar 0,659, jika variabel lain dianggap tetap.

3. *Self Control* (X2)

Nilai koefisien variabel *Self Control* sebesar 0,293 menunjukkan bahwa variabel *Self Control* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif, artinya setiap peningkatan satu satuan pada variabel *Self*

Control akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,293, dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan.

4. Sikap Keuangan (X3)

Nilai koefisien variabel Sikap Keuangan sebesar -0,599 menunjukkan bahwa variabel Sikap Keuangan berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Sikap Keuangan akan mengurangi Perilaku Konsumtif sebesar 0,599, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.”

b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji koefisien determinasi bertujuan untuk menilai besarnya kontribusi variabel independen seperti literasi keuangan, *self-control*, dan sikap keuangan dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen, yakni perilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$), nilai koefisien yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.” Hasil koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh berdasarkan data diolah menggunakan program SPSS 29 adalah sebagai berikut :

Tabel 16 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.299 ^a	.090	.062	4.816	1.383

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil Model Summary, nilai $R = 0.090$ menunjukkan bahwa “terdapat hubungan antara variabel independen (*Financial Literacy*, *Self Control* dan Sikap Keuangan) dengan variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Dengan nilai R^2 sebesar 0,090, dapat diinterpretasikan bahwa sekitar 9% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang dianalisis dalam penelitian ini.”

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji parsial (Uji-T) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar masing-masing variabel independen menjelaskan variabel dependen secara independen. Salah satu metode pengujian adalah dengan membandingkan T hitung dengan tabel T. Variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ (α : 5%). Hasil Uji-T penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 17 Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.		
1	(Constant)	6.026	5.057	1.192	.236		
	X1	.659	.274	.285	2.401	.018	.642
	X2	.293	.260	.146	1.129	.262	.539
	X3	-.599	.265	-.290	-2.261	.026	.547

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Berikut adalah rumus menghitung T tabel :

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$T \text{ tabel} = t (0,05/2 ; 105-3-1)$$

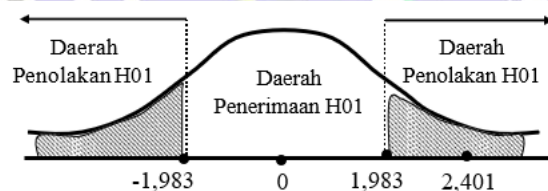
$$= t (0,025 ; 101)$$

$$= 1,983$$

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis uji T (Parsial) pada tabel :

1. Pengaruh *Financial Literacy* (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

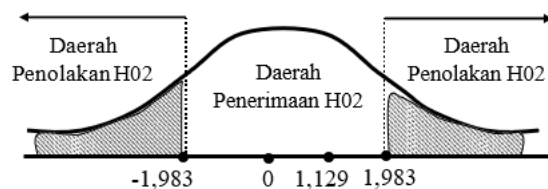
Nilai t adalah 2,401 dan Sig = 0,018, “menurut hasil perhitungan dampak *Financial Literacy* terhadap perilaku konsumen. H_0 ditolak sementara H_a diterima karena nilai $t > t$ tabel (1,983) dan $Sig < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Financial Literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa secara parsial.” Penentuan hasil uji hipotesis dua arah dapat diuraikan sebagai berikut :



Gambar 4 Daerah penerimaan dan penolakan H_{01}

2. Pengaruh *Self Control* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

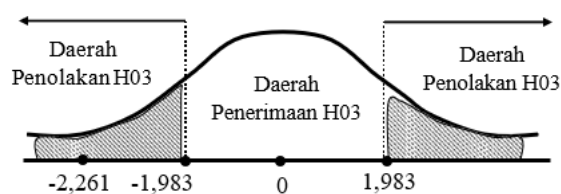
Nilai t adalah 1,129 dan Sig = 0,262. Nilai sig $0,262 > 0,05$ dan nilai $t <$ dari tabel t ($1,129 < 1,983$), H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Self Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa.” Berikut merupakan penjelasan mengenai pengambilan keputusan pada uji hipotesis dua arah :



Gambar 5 Daerah penerimaan dan penolakan H0₂

3. Pengaruh Sikap Keuangan (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Nilai t adalah $-2,261$ dan $Sig = 0,026$, menurut hasil perhitungan dampak sikap keuangan terhadap perilaku konsumen. H_0 ditolak sementara H_a diterima karena nilai t lebih kecil dari t tabel ($-2,261 < -1,983$) dan Sig $0,026$ lebih kecil dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Sikap Keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penentuan hasil uji hipotesis dua arah dapat diuraikan sebagai berikut :



Gambar 6 Daerah penerimaan dan penolakan H0₃

b. Uji F

Menurut Ghazali (2018), “Tujuan dari uji simultan (uji f) adalah untuk menunjukkan apakah faktor-faktor independen yang dimasukkan akan secara simultan memiliki dampak yang berarti pada variabel dependen. Variabel-

variabel independen memiliki dampak substansial pada variabel dependen pada saat yang sama jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($\alpha = 5\%$).” Hasil uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 18 Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.343	3	76.781	3.310	.023 ^b
	Residual	2342.648	101	23.195		
	Total	2572.990	104			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

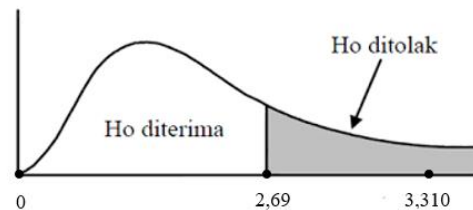
Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2025

Nilai hitung F dan tabel F harus dibandingkan untuk menjawab hipotesis secara bersamaan. Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan tabel F :

$$\begin{aligned}
 F \text{ tabel} &= F (K ; n-k) \\
 &= F (3 ; 105-3) \\
 &= F (3 ; 102) \\
 &= 2,69
 \end{aligned}$$

Dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 maka, Nilai F-tabel diketahui sebesar 2,69. Karena nilai F-hitung yaitu 3,310 lebih besar dari F-tabel (3,310 > 2,69), Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel literasi keuangan,

kontrol diri, dan sikap keuangan secara simultan memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.



Gambar 7 Daerah penerimaan dan penolakan H_0

4.2 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh *Financial Literacy*, *Self Control*, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, baik secara individu maupun secara bersama-sama. Adapun hasil pengujian hipotesis disajikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) terhadap Mahasiswa Pengguna Layanan *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil pada tabel untuk variabel *Financial Literacy* (X1), nilai t-hitung tercatat sebesar 2,401 yang lebih besar dari t-tabel 1,984, dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, *Financial Literacy* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo pengguna *Shopee PayLater*, Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa,

semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku konsumtif.

Temuan ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa literasi keuangan seharusnya menekan perilaku konsumtif, karena individu yang paham keuangan dianggap mampu mengelola keuangannya secara bijak. Namun, dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan justru dapat meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam melakukan konsumsi melalui layanan *Shopee PayLater*. Mahasiswa yang memiliki pemahaman tentang konsep bunga, cicilan, risiko keterlambatan, serta promo *PayLater*, cenderung merasa lebih mampu mengelola utang jangka pendek. Pengetahuan ini membuat mereka merasa “aman” dalam bertransaksi, sehingga tetap melakukan konsumsi, meskipun secara teori mereka memahami konsekuensinya. Dengan kata lain, literasi keuangan dalam hal ini tidak digunakan untuk menahan konsumsi, tetapi justru untuk mengoptimalkan konsumsi dengan cara yang dianggap rasional dan terkendali. Mahasiswa cenderung lebih konsumtif dan sangat responsif terhadap penawaran digital seperti diskon, cashback, dan cicilan 0%. Meskipun mereka memiliki pengetahuan keuangan, gaya hidup dan kebutuhan untuk eksis di media sosial mendorong mereka tetap melakukan konsumsi.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dihasilkan oleh (Aini et al., 2023) Menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara tingkat literasi keuangan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang menggunakan layanan *Shopee PayLater*.

2. Pengaruh *Self Control* (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pengguna Layanan *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil pada tabel untuk variabel *Self Control* (X2), diketahui bahwa nilai t-hitung $1,129 < t\text{-tabel } 1,984$, dan nilai signifikansi sebesar $0,262 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, *Self Control* (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa pengguna *Shopee PayLater*. Namun secara teori, kontrol diri merupakan salah satu faktor utama yang dapat menekan perilaku konsumtif. Individu dengan kontrol diri yang baik seharusnya mampu menahan dorongan untuk membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan, menunda kepuasan sesaat, serta menghindari perilaku konsumtif yang bersifat impulsif dan emosional.

Namun, dalam konteks penelitian ini, terdapat beberapa alasan logis yang menjelaskan mengapa self control tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Yang pertama, mahasiswa saat ini hidup di tengah lingkungan digital yang sangat

konsumtif. Mereka terus-menerus terpapar iklan, notifikasi diskon, flash sale, serta promosi cicilan dari *e-commerce* seperti Shopee. Rangsangan eksternal yang kuat dan berulang ini sering kali lebih dominan dibandingkan kekuatan kontrol diri internal. Akibatnya, meskipun seseorang merasa memiliki kontrol diri, dorongan konsumsi dari luar sulit untuk dihindari. Yang kedua, ada kemungkinan bahwa jawaban yang diberikan mahasiswa dalam kuesioner bersifat normatif atau ideal. Mereka mungkin menilai diri sendiri memiliki kontrol diri yang baik, tetapi dalam kenyataannya tetap melakukan pembelian impulsif karena berbagai alasan, seperti emosi, stres, pengaruh teman, atau karena merasa promosi tersebut terlalu sayang untuk dilewatkan. Ketidaksesuaian antara persepsi dan perilaku nyata inilah yang menyebabkan hasil statistik tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Ketiga, kontrol diri cenderung lebih berperan dalam keputusan keuangan jangka panjang seperti menabung, menghindari utang besar, atau berinvestasi. Sementara itu, perilaku konsumtif yang diteliti dalam konteks *Shopee PayLater* lebih banyak menyangkut pembelian cepat dan bernilai kecil, seperti pembelian pakaian, kosmetik, atau barang gaya hidup lainnya. Dalam situasi ini, mahasiswa mungkin tidak merasa perlu menerapkan kontrol diri secara ketat, karena konsekuensi finansialnya tidak langsung terasa. Dan yang terakhir, sebagian besar mahasiswa belum memiliki tanggung jawab finansial sepenuhnya, karena masih bergantung pada uang saku dari orang tua.

Ketika sumber dana bukan hasil jerih payah sendiri, dorongan untuk berhemat dan mengontrol konsumsi menjadi lebih rendah. Hal ini membuat kontrol diri sebagai mekanisme pengendalian perilaku belum sepenuhnya terbentuk.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Tulie Fatin et al., 2024) yang membuktikan bahwa “*Self Control* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang menggunakan layanan *Shopee PayLater*.”

3. Pengaruh Sikap Keuangan (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pengguna *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil pada tabel untuk variabel Sikap Keuangan (X3), diperoleh nilai t-hitung sebesar -2,261 yang lebih kecil dari t-tabel -1,984, serta nilai signifikansi sebesar 0,026 yang berada di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Sikap Keuangan (X3) Terdapat pengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang memanfaatkan fitur *Shopee PayLater*. Dengan demikian, sikap keuangan mahasiswa berperan dalam membentuk perubahan perilaku konsumtif mereka sebagai pengguna *Shopee PayLater* di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kualitas dan perilaku positif maupun negatif dapat muncul dari sikap terhadap uang. Keputusan pembelian mahasiswa dipengaruhi oleh

pandangan finansial mereka karena uang dianggap sangat terkait dengan perilaku. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pandangan bahwa uang merupakan sarana utama untuk memenuhi kebutuhan dasar cenderung memiliki dorongan lebih besar untuk membelanjakan uang tersebut. Sebaliknya, ketika sikap keuangan individu baik, kecenderungan terhadap perilaku konsumtif akan menurun (Dilasari et al., 2021).

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rosmayanti & Salam, 2023) yang menyimpulkan bahwa “sikap keuangan berpengaruh negatif signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* di Universitas Muhammadiyah Ponorogo”.

4. Pengaruh *Financial Literacy* (X1), *Self Control* (X2) Sikap Keuangan (X3) Pada Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pengguna Layanan *Shopee PayLater*.

Berdasarkan hasil uji F, variabel *Financial Literacy*, *Self Control* dan Sikap Keuangan secara simultan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pengguna *Shopee PayLater*. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($3,310 > 2,69$). Nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku

konsumtif.” Artinya bahwa setiap naik turunnya Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo pengguna *Shopee PayLater* dipengaruhi oleh *Financial Literacy*, *Self Control* dan Sikap Keuangan.

Hal ini menunjukkan bahwa *Financial Literacy*, *Self Control* dan Sikap Keuangan memiliki peran penting dalam mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa pengguna *Shopee PayLater*. Keputusan pembelian mahasiswa dapat dipengaruhi oleh interaksi antara ketiga faktor ini. Literasi keuangan yang tinggi, kontrol diri, dan sikap keuangan yang positif terhadap uang akan membuat mahasiswa lebih mahir dalam mengendalikan pengeluaran mereka, terutama saat menggunakan layanan *Shopee PayLater*. Di sisi lain, perilaku konsumen dapat meningkat jika siswa kurang memiliki pengendalian diri atau pengetahuan keuangan.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Aini et al., (2023) Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan dan pengendalian diri. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Miranda et al., (2024) yang menunjukkan bahwa variabel Sikap Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa pengguna *Shopee PayLater* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.