

# Anteseden Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi

Siti Mubarokah<sup>1\*</sup>, Maria Rio Rita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Faculty of Economics and Business, Universitas Kristen Satya Wacana

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received 15 February 2020

Received in revised form  
30 March 2020

Accepted 20 April 2020

Available online 28 May  
2020

### Kata Kunci:

Literasi Keuangan, *Mental Accounting*, Gender, Perilaku Konsumtif

### Keywords:

*Financial Literacy*, *Mental Accounting*, Gender, *Consumptive Behavior*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dengan gender sebagai pemoderasi. Penelitian dilakukan di Kota Salatiga dengan sampel 100 responden. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan karyawan di Salatiga yang lahir pada tahun 1980 sampai 1999. Jenis sampling menggunakan *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun *online*. Data yang terkumpul diolah dengan teknik *Moderated Regression Analysis* (MRA). Studi ini menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, *mental accounting* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan gender memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif.

## ABSTRACT

This research was conducted with a quantitative approach that aims to determine the effect of financial literacy and mental accounting on the consumption behavior of millennial generation with gender as moderating. The study was conducted in Salatiga City with a sample of 100 respondents. The subjects in this study were students and employees in Salatiga who were born in 1980 to 1999. This type of sampling uses purposive sampling and data collection is done through distributing questionnaires directly or online. The collected data is processed using the Moderated Regression Analysis (MRA) technique. This study found that financial literacy has a negative effect on consumptive behavior, mental accounting has a positive effect on consumer behavior, and gender moderates the effect of financial literacy and mental accounting on consumptive behavior.

Copyright © Universitas Pendidikan Ganesha. All rights reserved.

\* Corresponding author.

E-mail addresses: [smubarokah804@gmail.com](mailto:smubarokah804@gmail.com) (Siti Mubarokah)

## 1. Pendahuluan

Pemenuhan kebutuhan hidup merupakan sifat dasar manusia. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan tersier merupakan kebutuhan hiburan, namun sekarang kebutuhan primer seolah-olah bersaing dengan kebutuhan tersier. Mowen & Minor (2008) mendefinisikan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup, seseorang didorong oleh kebutuhan sosial di sekitarnya sehingga mempengaruhi perilaku dalam berkonsumsi dan akhirnya menimbulkan gaya hidup baru yang dikenal sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan konsumsi yang tiada batas, membeli secara berlebihan dan tidak terencana tanpa adanya pertimbangan rasional (Lina & Rosyid, 2008). Generasi Y atau sering disebut *millenials* adalah generasi penerus dari generasi X dan paling mencolok karena generasi ini lahir berdampingan dengan internet. Generasi milenial lahir pada tahun kelahiran 1980 hingga 1999 (Budiati *et al.*, 2018). Pembelanja *online* terbesar adalah generasi milenial (*Marketers*, 2018). Dalam riset juga terlihat bahwa berdasarkan usia, 50 persen pembelanja yaitu generasi milenial (*Marketers*, 2018). Hal ini terjadi karena adanya koneksi internet yang memberi dampak gaya hidup untuk selalu terikat dengan internet sehingga menyebabkan terjadinya pembelian *online* (Kompas, 2018).

Kesadaran dalam berperilaku konsumtif dilihat dari tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang. Kemampuan literasi keuangan mencakup pengetahuan dan ketrampilan dalam pengambilan keputusan untuk tujuan yang telah ditetapkan. Seseorang dengan literasi keuangan yang rendah lebih cenderung memiliki masalah dengan utang (Lusardi *et al.*, 2010). Hal ini sesuai dengan penelitian Imawati *et al.*, (2013) yang menyatakan seseorang dapat mengelola keuangan dengan benar, dilihat dari literasi keuangan yang baik. Tingkat literasi keuangan generasi milenial sangat rendah yaitu 24 persen dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi milenial tidak memiliki tujuan keuangan yang jelas meskipun berpenghasilan tinggi (Mottola, 2014). Generasi ini lebih buruk pengelolaan keuangannya dari generasi sebelumnya. Artinya meskipun berpenghasilan tinggi tidak menjamin hidupnya lebih baik dari generasi sebelumnya. Kondisi literasi keuangan Indonesia menurut Otoritas Jasa Keuangan masih tergolong rendah. Menurut *Word Bank* hal tersebut terjadi karena 50 persen dari penduduk Indonesia tidak memiliki akses layanan jasa keuangan. Literasi keuangan milenial masih berada dibawah literasi keuangan nasional, dimana literasi keuangan nasional tahun 2016 sebesar 29,66 persen, sedangkan tingkat literasi keuangan milenial hanya mencapai 28,3 persen.

Pengambilan keputusan keuangan seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, salah satunya adalah mental *accounting*, sebuah fenomena keuangan berdasarkan perilaku. Seseorang menciptakan mental *accounting* dengan cara yang mirip dengan organisasi yang mengelola sistem akuntansi untuk mengatur keputusan keuangan (Santi, Sahara, & Kamaludin, 2019). Mental *accounting* mengacu pada perilaku yang memiliki kecenderungan mengelompokkan dan memperlakukan uang dengan cara yang berbeda berdasarkan dari mana uang tersebut diperoleh. Misalnya gaji seseorang (setiap hari atau bulanan) akan diperlakukan berbeda dengan uang yang diperoleh dari bonus maupun hadiah. Penghasilan dari bonus maupun hadiah akan dianggap sebagai pendapatan tambahan, sehingga mudah bagi seseorang untuk mengabiskannya.

Pertumbuhan ekonomi semakin pesat dilihat dari tingkat pendapatan dan jumlah penduduk. Salatiga adalah salah satu kota yang berada di Jawa Tengah dengan total penduduk milenial sebanyak 62.378 orang, dengan berbagai macam profesi seperti pelajar, mahasiswa, dan karyawan. Selain itu, Salatiga merupakan kota pelajar dengan banyaknya milenial yang melanjutkan studi di wilayah Salatiga, sehingga penelitian ini berfokus pada generasi milenial di wilayah Salatiga.

Penelitian sebelumnya hanya berfokus pada pengukuran indeks literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada berbagai profesi seperti, pelajar (Yudasella & Krisnawati 2019), mahasiswa (Prihastuty & Rahayuningsih 2018; Margaretha & Pambudhi 2015) dan karyawan (Putri & Lestari 2019). Penelitian yang berfokus pada literasi keuangan dan mental *accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial masih terbatas (Luhsasi & Sadjarto, 2019). Sehingga peneliti menambahkan gender sebagai variabel moderasi. Berdasarkan uraian tersebut maka di rumuskan masalah pertanyaan sebagai berikut: (1) Apakah literasi keuangan generasi milenial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?; (2) Apakah mental *accounting* generasi milenial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?; (3) Apakah moderasi gender memberi pengaruh literasi keuangan generasi milenial terhadap perilaku konsumtif?; (4) Apakah moderasi gender memberi pengaruh mental *accounting* generasi milenial terhadap perilaku konsumtif?. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah literasi keuangan dan mental *accounting* mampu memprediksi perilaku konsumtif generasi milenial berdasarkan gender. Penelitian ini memberikan manfaat: (1) Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian terutama di bidang pengendalian perilaku konsumtif terhadap *personal finance* untuk generasi milenial, (2) Manfaat praktis yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan untuk generasi

milenial agar dapat mengontrol perilaku konsumtif melalui literasi keuangan yang dimiliki dan aspek psikologisnya (*mental accounting*).

Menurut Imawati *et al.*, (2013) literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan. Literasi keuangan merupakan aspek penting kehidupan masyarakat termasuk generasi milenial dalam mencapai kesejahteraan (Lusardi & Mitchell, 2014). Apabila pengetahuan seseorang akan keuangan kurang, seseorang tersebut akan mengalami kerugian karena berperilaku boros dan konsumtif. Kurangnya pengetahuan akan keuangan juga menyebabkan seseorang sulit melakukan investasi. Apabila diaplikasikan dalam kehidupan milenial, masalah keuangan terjadi karena kesalahan dalam mengelola keuangan seperti membeli barang yang tidak diperlukan, akibatnya uang yang digunakan untuk investasi maupun menabung, sudah habis karena membeli barang (Dikria, 2016). Menurut penelitian Fattah *et al.*, (2018) menyatakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan maka akan semakin rendah perilaku konsumtif seseorang begitu juga sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Imawati *et al.*, (2013) dan penelitian Rasyid, (2012) yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Gupta & Hee (2010) *mental accounting* berfokus pada bagaimana seharusnya seseorang menyikapi dan mengevaluasi suatu situasi saat terdapat dua atau lebih kemungkinan hasil. Menurut Santi *et al.*, (2019) *mental accounting* mengacu pada perilaku yang memiliki kecenderungan untuk mengelompokkan dan memperlakukan uang secara berbeda berdasarkan sumber dari mana uang tersebut diperoleh. Luhsasi & Sadjarto (2019) menyatakan bahwa perilaku *mental accounting* dapat digunakan sebagai alat untuk pengendalian diri (*self control*). Dalam artian mencegah pemanfaatan dana untuk kepentingan yang bersifat konsumtif karena dana sudah dipilah-pisahkan ke dalam rekening tertentu seperti tabungan dan investasi, sehingga dana tersebut tidak mudah digunakan untuk kepentingan lain (konsumtif). Sehingga *mental accounting* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Perbandingan antara laki-laki dan perempuan, laki-laki lebih mempertimbangkan menabung dan berinvestasi dari pada berbelanja. Laki-laki memiliki pemahaman lebih tinggi dalam mengambil keputusan dibandingkan perempuan. Sementara perempuan lebih memikirkan egonya dalam pengambilan keputusan tanpa mempertimbangkan jangka panjangnya (Dalkilic & Kirkbesoglu, 2015). Perempuan cenderung lebih konsumtif, sehingga sangat sulit melakukan investasi. Tingkat kemandirian dan kepercayaan laki-laki dalam mengelola keuangan lebih tinggi dibandingkan perempuan. Laki-laki cenderung memiliki literasi keuangan dan *mental accounting* yang tinggi sehingga melemahkan perilaku konsumtif. Sedangkan perempuan cenderung memiliki literasi keuangan dan *mental accounting* rendah yang dapat memperkuat perilaku konsumtif. Sehingga gender memoderasi pengaruh literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh masyarakat milenial (kelahiran tahun 1980 sampai tahun 1999) di wilayah Salatiga.

**Tabel 1.** Populasi Penduduk Kota Salatiga Tahun 2019

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
20-24	9.855	9.755	19.610
25-29	7.861	7.746	15.607
30-34	7.027	7.029	14.056
35-39	6.913	6.913	13.465
<b>Jumlah</b>	<b>31.656</b>	<b>31.443</b>	<b>62.378</b>

Sumber : Data Penduduk BPS Kota Salatiga (2019)

Pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* untuk tingkat kesalahan 10 persen:

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

Keterangan

- n : Besaran sampel
- N : Besaran populasi
- e : Tingkat kesalahan sebesar 10 persen

$$n = \frac{62.378}{1 + 62.378(0.1)^2}$$

$$= 99,83 = 100$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 100 responden.

Jenis sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dimana dalam pengambilan sampel berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan peneliti. Adapun syarat yang ditetapkan untuk penelitian yaitu: (1) Mahasiswa yang lahir pada tahun 1980 sampai tahun 1999 di Kota Salatiga, (2) Karyawan yang lahir pada tahun 1980 sampai tahun 1999 di Kota Salatiga.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Peneliti melakukan pengambilan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan kuesioner *online* yang dibuat dengan *google form* kemudian *link*-nya dibagikan melalui kontak *WhatsApp* dan *email*.

**Tabel 2.** Variabel dan Pengukuran

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	Literasi Keuangan	Pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep keuangan yang dimiliki oleh seseorang dan bagaimana cara mengaplikasikannya	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengetahuan keuangan</li> <li>▪ Sikap Keuangan</li> <li>▪ Perilaku Keuangan</li> </ul>	Lusardi & Mitchell, (2014)
2	<i>Mental Accounting</i>	Kecenderungan seseorang dalam mengelompokkan dan memperlakukan uang dengan cara yang berbeda berdasarkan sumber dari mana uang tersebut diperoleh	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengalokasian penghasilan ke beberapa akun</li> <li>▪ Perlakuan yang berbeda pada penghasilan dan bonus</li> <li>▪ Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan</li> </ul>	Santi <i>et al.</i> , (2019)
3	Gender	Perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi nilai dan tingkah laku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Laki-laki</li> <li>▪ Perempuan</li> </ul>	Robb & Sharpe (2009)
4	Perilaku Konsumtif	Kondisi dimana seseorang membelanjakan uangnya secara berlebihan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mudah tergoda membeli produk yang tiba-tiba dilihat</li> <li>▪ Membeli produk untuk mendapatkan perhatian orang lain</li> <li>▪ Membeli produk untuk mengikuti tren</li> <li>▪ Memprioritaskan menabung dari pada membeli barang</li> <li>▪ Membeli barang koleksi</li> <li>▪ Membeli produk yang tidak terpakai</li> <li>▪ Mementingkan gaya penampilan dibandingkan untuk keperluan</li> <li>▪ Perhitungan ketika membeli produk</li> <li>▪ Tahan dengan rayuan penjual</li> </ul>	Lina & Rosyid (2008)

Jawaban dari responden dinyatakan dalam skala *Likert* 1-5 (1: Sangat Tidak Setuju s/d 5: Sangat Setuju). Analisis data kemudian dilakukan dengan teknik *Moderated Regression Analysis* (MRA) melalui program IBM SPSS *statistics* 23. Adapun persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 (X_1 * X_2) + \beta_4 (X_2 * X_3) + e \dots \dots \dots 1$$

Keterangan:

- Y : Perilaku Konsumtif  
 a : Konstanta  
 $\beta_1$  : Koefisien regresi untuk literasi keuangan  
 $\beta_2$  : Koefisien regresi untuk *mental accounting*  
 $\beta_3$  : Koefisien variabel moderasi gender  
 $X_1$  : Variabel literasi keuangan  
 $X_2$  : Variabel *mental accounting*  
 $X_3$  : Variabel gender  
 e : Variabel pengganggu/galat

### 3. Hasil dan Pembahasan

**Tabel 3.** Profil Responden

Karakteristik	Kategori	(%)
Usia	20-24	78
	25-29	13
	30-34	3
	35-39	6
Gender	Laki-laki	37
	Perempuan	63
Profesi	Mahasiswa	65
	Karyawan	35

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Sebelum dilakukan *Moderate Regression Analysis* (MRA), dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu yang terdiri atas uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan uji statistik normalitas kolmogorof-smirnov. Hasil statistik uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Normalitas

	Perilaku Konsumtif	Literasi Keuangan	Mental Accounting
Kolmogorov-Smirnov Z	1.295	.677	.992
Asymp. Sig. (2-tailed)	.070	.749	.279

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan output data tersebut nilai absolutnya 0,130. Apabila dibandingkan dengan nilai table Kolmogorov-Smirnov pada sampel N = 100 yaitu 0,134, maka 0,130 < 0,134, artinya bahwa data terdistribusi normal. Hal ini juga dibuktikan dengan komparasi nilai *asymp. sig (2 tailed)* yaitu: 0,070 < 0,05; dan 0,279 > 0,05 yang artinya data terdistribusi secara normal.

Uji linearitas yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai *deviation from linearity sig.* sebesar 0,062 > 0,05 sehingga disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara kedua variabel tersebut. Sementara hasil output *plotting mental accounting* terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai *deviation from linearity sig.* sebesar 0,120 > 0,05 sehingga disimpulkan terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel *mental accounting* terhadap variabel perilaku konsumtif.

**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	32.682	4.394			
1 Literasi	.016	.072	.023	.999	1.001
Keuangan	.245	.201	.123	.999	1.001
Mental					
Accounting	-1.204	1.093	-.111	1.000	1.000
Gender					

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Hasil statistik dari nilai *tolerance* pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel independen lebih dari 0,10, serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

**Tabel 6.** Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.574	2.631		.218	.828
1 Literasi	.060	.043	.140	1.397	.166
Keuangan	.141	.120	.117	1.174	.243
Mental					
Accounting	-.521	.654	-.080	-.796	.428
Gender					

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan, *mental accounting* dan gender masing masing sebesar 0,166, 0,243 dan 0,428. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikansi > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif digunakan uji statistik parsial (uji t), dan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif dengan gender sebagai variabel moderasi digunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil persamaan MRA dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$PK = 28,459 - 0,346LK + 0,778MA - (0,176LK*G) + (0,645MA*G) + e$$

**Tabel 7.** Hasil Pengujian MRA

Model	Unstandardized Coefficients	Sig.
	B	
(Constant)	28.459	.000
1 LK	-.346	.047
MA	.778	.016
LK*G	-.176	.048
MA*G	.645	.089

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif  
Ket: \*\* sig pada level 10%  
\*sig pada level 5%

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

### A. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized coefficients beta* pada variabel literasi keuangan sebesar -0,346 dan nilai signifikansi sebesar 0,047 sama dengan taraf signifikansi atau  $\text{sig} < 0,05$ . Kondisi ini menjelaskan bahwa literasi keuangan secara signifikan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, H1 yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Imawati *et al.*, (2013) yang menyatakan bahwa semakin baik literasi keuangan seseorang maka akan mengurangi perilaku konsumtif yang dimilikinya. Perilaku konsumtif erat hubungannya dengan perencanaan dimasa yang akan datang. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang rendah cenderung memiliki masalah dengan hutang, karena hal tersebut erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan.

Pengetahuan keuangan responden sudah sampai ke pemahaman mengenai konsep keuangan dimasa yang akan datang sehingga seseorang yang paham lebih membatasi diri untuk berhutang demi memuaskan keinginan yang berisiko berperilaku konsumtif. Konsep mengenai keuangan dimasa yang akan datang sangat penting agar seseorang dapat mengambil keputusan jangka panjang dengan penilaian waktu dari uang. Menurut Lusardi & Mitchell (2014) sikap dalam perencanaan keuangan adalah hal yang harus dilakukan agar tidak terjadi penyesalan dimasa tua. Oleh karena itu penting bagi seseorang untuk mencatat pengeluaran keuangan secara periodik.

### B. Pengaruh Mental Accounting terhadap Perilaku Konsumtif

Merujuk output Tabel 7, diketahui bahwa *mental accounting* memiliki nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,778 dan nilai signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau  $\text{sig} < 0,05$ . Kondisi ini menjelaskan bahwa *mental accounting* secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, H2 ditolak. Penelitian ini sejalan dengan Suratman (2013) yang menyatakan bahwa *mental accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi *mental accounting* semakin tinggi pula perilaku konsumtif. *Mental accounting* dapat membawa dampak buruk dalam pengambilan keputusan keuangan karena adanya kemungkinan untuk boros atau berperilaku konsumtif atas penghasilan ekstra. Sebagian besar responden penelitian ini adalah perempuan muda usia 20 hingga 24 tahun yang berprofesi mahasiswa dan sebagian karyawan dengan penghasilan yang relatif rendah. Mereka berperilaku *mental accounting* yang cenderung membedakan asal usul uang dari mana sumber dan tujuan penggunaannya. Namun karena mereka perempuan muda yang selalu ingin menjaga penampilannya maka dimungkinkan akan berpendapat bahwa gaji lebih bernilai dibandingkan pendapatan bonus. Perempuan muda beranggapan bonus tidak bersifat rutin diterima, hal ini menyebabkan mereka merasa nyaman dan leluasa dalam membelanjakan uangnya karena bonus dianggap bukan berasal dari kerja keras sehingga sangat mudah untuk dihabiskan. Perilaku *mental accounting* mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif dalam mengelola keuangannya. Seseorang yang berperilaku *mental accounting* dikatakan kurang cermat dalam mengalokasikan pendapatan tambahannya ke dalam rekening tabungan. Dapat dikatakan bahwa orang yang terkena bias *mental accounting* belum tentu memiliki perencanaan yang matang dalam mengelola keuangannya, sehingga pendapatan bonus digunakan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek.

### C. Gender Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa gender memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Penelitian ini menunjukkan hasil negatif bahwa gender memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi 0,04 lebih kecil dari nilai 0,05. Artinya bahwa keberadaan gender secara signifikan mampu memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, H3 diterima.

Gender terbukti memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Salatiga. Adanya interaksi antara literasi keuangan dengan gender menyebabkan perilaku konsumtif seseorang menurun. Jadi dapat disimpulkan bahwa gender yang di klasifikasikan menjadi laki-laki dan perempuan memiliki pengaruh untuk memoderasi variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Robb & Sharpe (2009) menyatakan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki sikap dan perilaku yang berbeda. Laki-laki lebih percaya diri dan mandiri secara finansial dalam mengelola keuangannya dibandingkan perempuan. Laki-laki cenderung memiliki literasi keuangan yang tinggi sedangkan perempuan lebih konsumtif dalam membelanjakan uangnya sehingga literasi keuangannya lebih rendah. Hasil ini mendukung penelitian Kirana & Yasa (2013) yang menyatakan bahwa gender memoderasi niat seseorang dalam menggunakan kartu kredit akibat dari adanya pola difusi yang berbeda antara laki-laki dan perempuan.

#### D. Gender Memoderasi Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa gender memoderasi pengaruh *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Penelitian ini menunjukkan hasil positif bahwa gender memoderasi *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi  $0,89 < 0,1$ . Artinya bahwa keberadaan gender memoderasi *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif. (H4 diterima). Gender terbukti memperkuat pengaruh *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Adanya interaksi antara *mental accounting* dengan gender menyebabkan perilaku konsumtif seseorang meningkat.

#### 4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, dapat diperoleh kesimpulan: (1) Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Salatiga, (2) *Mental accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Salatiga, (3) Gender memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Salatiga, (4) Gender tidak memoderasi pengaruh *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Salatiga.

Riset yang telah dilakukan ini memiliki keterbatasan antara lain belum memasukkan variabel besarnya pendapatan (Alexander & Pamungkas, 2013) dan pengendalian diri (Maulana, 2018) yang diduga keduanya dapat menjelaskan dinamika perilaku konsumtif bagi mahasiswa maupun karyawan. Selain itu, riset yang akan datang dapat membandingkan perilaku responden antara kota kecil dan metropolitan, sehingga dapat mengungkap fenomena lain terkait perilaku konsumtif respondennya.

#### Daftar Rujukan

- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. (2013). pengaruh pengetahuan keuangan, locus pengendalian dan pendapatan terhadap perilaku keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 157–164.
- Bank, W. (2013). *Keterlibatan Sektor Keuangan, Pengentasan Kemiskinan dan Pertumbuhan Ekonomi*. Retrieved from [http://web.worldbank.org/archive/website01363/WEB/0\\_-8179.HTM](http://web.worldbank.org/archive/website01363/WEB/0_-8179.HTM)
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., ... Saputri, V. G. (2018). *statistik gender tematik: profil generasi milenial Indonesia 2018*. jakarta: kementerian pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak dengan badan pusat statistik.
- Dalkilic, N., & Kirkbesoglu, E. (2015). The Role of Financial Literacy on the Development of Insurance Awareness. *International Journal of Economics and Finance*, 7(8). <https://doi.org/10.5539/ijef.v7n8p272>
- Dikria, O. (2016). *Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013*. 09(2), 128–139. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi (BISE)*, 5(2), 11–21. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20961/bise.v4i1.20028>
- Gupta, S., & Hee, W. K. (2010). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Imawati, I., & All, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe UNS*, 2 No.1(1), 48–58. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kirana, I. D. A. I., & Yasa, N. N. K. Y. (2013). peran jenis kelamin dalam memoderasi pengaruh perceived benefit dan perceived cost terhadap niat menggunakan kartu kredit di kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2(11), 1418–1433.



- Kompas. (2018). *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita* (p. 1). p. 1. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>.
- Lina, & Rosyid, H. F. (2008). perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 4, 5–13.
- Luhsasi, D. I., & Sadjiarto, A. (2019). Penerapan Mental Accounting Dalam Edukasi Pengelolaan Keuangan Tim Basket SWS. *Jurnal Profesi Pendidik*, 5(May 2018).
- Lusardi, Anamaria, & Mitchell, O. S. (2014). Emotional reactions of relatives to schizophrenic patients in Lagos, Nigeria. *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, Annamaria, Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy Among the Young: Evidence and Implications. *Financial Literacy among the Young Evidence Implications for Consumers Policy*, 358–380. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w15352.pdf>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jmk*, 17(1), 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Marketers. (2018). *Generasi Milenial Masih Pembelanja Online Terbesar di Indonesia*. p. 1. Retrieved from <https://marketeers.com/generasi-milenial-masih-pembelanja-online-terbesar-di-indonesia/>
- Maulana, M. A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif. *Invensi*, 3(1), 33–44. <https://doi.org/10.24821/invensi.v3i1.2105>
- Mottola, G. R. (2014). The Financial Capability of Young Adults — A Generational View. *FINRA Foundation Financial Capability Insights, March*(March), 1–12.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2017). Prinsip - Prinsip Pemasaran. *Jakarta Erlangga*, 1(1), 31–42.
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ). *Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(02), 121–134.
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v1i1.61>
- Rasyid, R. (2012). analisis tingkat literasi keuangan mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas negeri padang<sup>1</sup> . *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 7(September), 1–25.
- Robb, C. A., & Sharpe, D. L. (2009). Gender. *Association for Financial and Planning Education*, 20(1), 25–43.
- Santi, F., Sahara, N. V., & Kamaludin. (2019). the Effect of Mental Accounting on Student'S Investment Decisions: a Study At Investment Gallery (Gi) Feb University of Bengkulu and Syariah Investment Gallery (Gis) Feb Iain Bengkulu. *Journal of Business Economics*, 24(2), 152–167. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i2.1907>
- Sisputro, A. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian diri terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa akuntansi Universitas Ciputra. *Journal of Marketing Research*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Suratman. (2013). Pengaruh Mental Accounting, Power Prestige, dan Retention Time terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 105. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160107.id>

Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(1), 147–162.