

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI MILLENNIAL PENGGUNA SHOPEE DI SOLO

Ria Melina Atmaja¹ dan Ari Susanti²

Program Studi Manajemen, STIE Surakarta¹²

email: melinaatmaja97@gmail.com¹ santisties@gmail.com²

ABSTRACT

The development of technology has a big impact and provides convenience for its users. However, it also has an impact with the increase in Consumptive Behavior in millennials. The purpose of the study was to find out the influence of Lifestyle variable on Consumptive Behavior variable, Financial Literacy variable on Consumptive Behavior variable, Financial Attitude variable to Consumptive Behavior variable, and Financial Behavior variable on Consumptive Behavior variable. The population in this study was Millennials in Solo with an age range of 18- 24 years and a sample taken as many as 100 respondents. Nonprobability sampling techniques there are various types, therefore researchers choose the way purposive random sampling. To analyze data using data instrument test methods, classical assumption tests and multiple regression analysis with the help of IBM SPSS Statistic 26 program. The results of the study showed that lifestyle has a significant effect on consumptive behavior. And Financial Attitude has a significant effect on consumptive behavior. While the results of the study showed that Financial Literacy and Financial Behavior affect not significant on Consumptive Behavior.

Keywords: *Lifestyle, Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Behavior and Consumptive Behavior.*

PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang terjadi pada masa ini tidak hanya terfokus pada kemudahan dalam berhubungan telekomunikasi jarak jauh, internet memberikan dampak yang lebih besar dari itu. Kemudahan dalam berbagai aktivitas merupakan salah satu dampak dari adanya pembaruan internet yang terus dilakukan. Sehingga dengan adanya kemudahan yang memberikan kebermanfaatan membuat terjadinya penambahan penggunaan internet di Indonesia. Menurut APJII dalam buletin edisi April 2021, Internet di Indonesia pada kuartal II tahun 2020 penggunaannya mencapai 196,71 juta dan setara dengan 73,7% populasi Republik Indonesia.

Seiring dengan perkembangan internet yang terjadi di Indonesia, menyebabkan banyaknya bermunculan *e commerce* salah satunya adalah Shopee. Shopee merupakan *e commerce* yang menjadi wadah transaksi jual beli dimana di Indonesia perkembangan aplikasi ini semakin pesat. Menurut pemberitaan dalam greatnesia.com pada 2 Desember 2020, Pengguna shopee di Indonesia mencapai ranking tertinggi pada kuartal I dengan 71,53 juta klik pada tahun 2020. Dimana transaksi terbanyak *e commerce* dikuasai oleh konsumen dengan usia 18 sampai 25 tahun dengan prosentase 36% dari total transaksi melalui *e commerce*.

Generasi millennial merupakan kelompok masyarakat dengan rentang usia 18 - 24 tahun (Wikipedia), dimana usia tersebut masih dalam tahapan pencarian jati diri dan perkembangan emosional yang tidak menentu. Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi yang tidak kendali tanpa diimbangi dengan pemahaman pada generasi millennial itu sendiri dikhawatirkan akan menimbulkan dampak buruk terutama dalam bertindak yang berlebihan terlebih lagi dalam penggunaan teknologi yang mengarah pada perilaku negatif salah satunya adalah perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat dimaksudkan sebagai pola tingkah laku seseorang dalam membeli dan menggunakan barang yang tidak berdasar dengan pertimbangan yang terbilang rasional dan cenderung untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas, dimana individu akan lebih mementingkan faktor keinginan dibanding dengan kebutuhan. Hal tersebut ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan. Penggunaan berbagai hal yang paling mewah akan memberikan kenyamanan fisik serta kepuasan (Triyaningsih, 2011). Perilaku ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya ; gaya hidup, *financial literacy*, *financial attitude* dan *financial behavior*.

Alamanda (2018) menerangkan bahwa gaya hidup merupakan tindakan yang mengacu pada suatu ritme konsumsi dan menrefleksikan pilihan yang diambil seseorang terhadap berbagai hal, serta bagaimana seseorang tersebut menghabiskan waktu serta uangnya. Sedangkan, *Financial literacy* merupakan pengetahuan (*knowledge*), ketrampilan (*skill*), dan keyakinan (*convidence*), dimana akan mempengaruhi sikap dan perilaku dalam mencapai kesejahteraan dengan peningkatan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan (SNLKI, 2017). Dan *Financial Attitude*, mampu membentuk cara seseorang didalam menghabiskan, menimbun, menyimpan, dan membuang uang seseorang tersebut (Marsh, 2006). Sementara, Perilaku Keuangan atau yang sering di kenal dengan *Financial behaviour* merupakan sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mengelola, memperlakukan, dan menggunakan Pemasukan yang dimilikinya.

Solo adalah salah satu kota yang dikenal menjadi pusat kebudayaan dan peradaban, dimana menurut Jawa Tengah dalam Angka tahun 2019 Surakarta menempati urutan pertama sebagai Kab/Kota terpadat di Jawa Tengah mengalahkan 34 Kab/Kota lain dengan tingkat kepadatan 11.256 jiwa / Km². Sehingga dengan adanya kepadatan yang tinggi tentu tinggi pula peradaban teknologi pada generasi millennial di Kota Solo. Sementara data lain menunjukkan bahwa penduduk terbanyak di Kota Solo adalah usia 15-24 tahun dengan jumlah 44.383 jiwa. Berdasarkan data tersebut peneliti bermaksud untuk mengkaji lebih jauh mengenai faktor-faktor penyebab perilaku konsumtif terhadap generasi millennial di Kota Solo pada penggunaan Aplikasi Shopee. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI MILLENIAL PENGGUNA SHOPEE DI SOLO.**

TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumtif

Consumptive behavior atau yang sering dikenal dengan perilaku konsumtif adalah kecenderungan yang dimiliki seseorang untuk bertindak secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irrasional, serta akan lebih mengedepankan suatu keinginan dibandingkan dengan kebutuhan (Rika dkk, 2019). Lina & Rasyid (1997) dalam Daniell (2015) berpendapat bahwa perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator, diantaranya adalah pembelian impulsif (pembelian karena desakan tiba-tiba (spontanitas/keinginan), pemborosan dan pembelian tidak rasional.

Gaya Hidup

Gaya hidup didefinisikan oleh Kusnandar & Kurniawan (2018), sebagai gambaran perilaku serta cerminan hidup orang yang diekspresikan didalam suatu kegiatan, minat dan opininya. Adapun indikator gaya hidup (*lifestyle*) seperti yang diungkapkan oleh Kusnandar dan Kurniawan (2018) yaitu *activities* (kegiatan), *interest* (minat) dan *opinion* (pendapat).

Financial Literacy

Literasi keuangan atau *financial literacy* merupakan serangkaian proses yang bertujuan untuk mengelola keuangan dan keikutsertaan dalam serangkaian kehidupan ber ekonomi (Indarti dan Norida, 2017). *Financial literacy* oleh Remund, David L. (2010) memiliki indikator sebagai berikut; pengetahuan umum, tabungan, pinjaman, dan investasi.

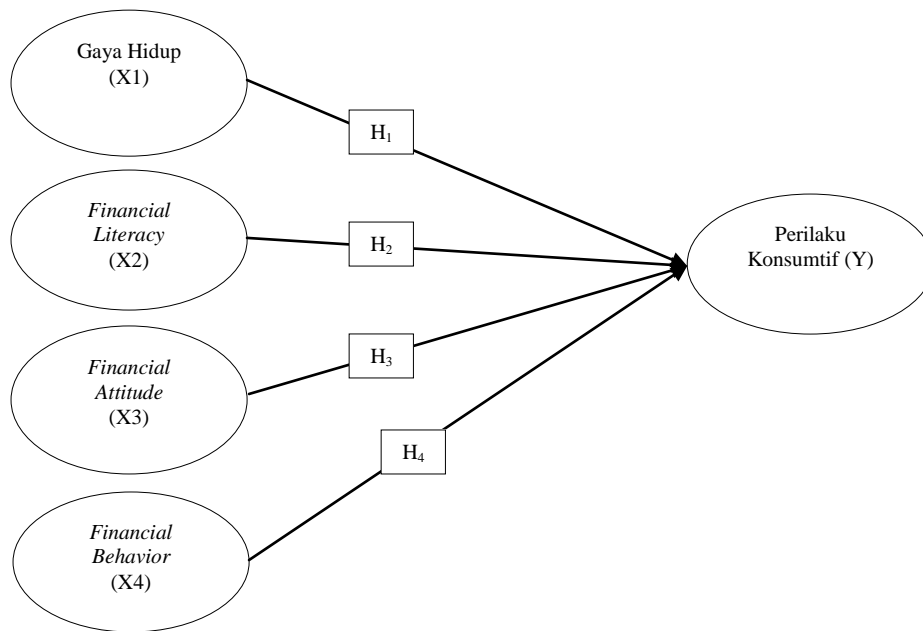
Financial Attitude

Istilah *financial attitude* mengacu pada jenis sikap yang mungkin dimiliki seseorang ketika memeriksa apa yang terjadi di ranah psikologis ketika mempraktikkan praktik pengelolaan keuangan. Dengan demikian, seseorang dapat menjadi prinsip keuangan, yang tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan maupun memelihara nilai dalam melakukan pengambilan keputusan keuangan Prihastuti & Rahayuningsih (2018). Adapun *Financial Attitude* menurut Furnham. A 1984 Dalam (Herdjijono & Damanik, 2016) memiliki indikator sebagaimana berikut; *obsession*, *power*, *effort*, *inadequacy*, *retention* dan *security*.

Financial Behavior

Fitriarianti, (2018) mengungkapkan bahwa *financial behavior* atau perilaku keuangan merupakan tindakan yang berkaitan dengan aplikasi keuangan. adapun indikator *financial behavior* menurut Nababan, D., & Sadalia, I (2012) membayar tagihan dengan tepat waktu, membuat anggaran pengeluaran serta belanja, mencatat pengeluaran dan juga belanja (harian, bulanan, dan lain-lain), menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga serta menabung.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis



- H1 : Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada generasi millennial pengguna shopee di Solo.
- H2 : Financial Literacy berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada generasi millennial pengguna shopee di Solo.
- H3 : Financial Attitude berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada generasi millennial pengguna shopee di Solo.
- H4 : Financial Behavior berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada generasi millennial pengguna shopee di Solo.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dipenelitian ini, dilakukan menggunakan 2 (dua) sumber yaitu data primer serta data sekunder, memiliki penjelasan sebagai berikut, 1) data primer, data yang didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. 2) data sekunder, data yang diperoleh tidak secara langsung dimana sumber data diperoleh dari penelitian terdahulu, buku, laporan serta website yang relevan.

Populasi dan Sampel

Generasi millennial di Solo dengan rentang usia 18 – 24 tahun merupakan populasi dipenelitian ini. teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* terdapat berbagai jenis, oleh karenanya peneliti memilih cara *purposive random sampling*, yaitu sampel yang dipilih berdasar ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan tujuan peneliti. Kriteria responden yang dikehendaki peneliti yaitu; a) Masyarakat Kota Solo, b) Usia 18 – 24 tahun, & c) Pernah melakukan pembelian melalui

Aplikasi Shopee. Jumlah populasi generasi milenial di Kota Solo yang berperilaku konsumtif melalui *penggunaan Aplikasi Shopee* tidak diketahui secara pasti. Menurut Ferdinand (2014) jika suatu Analisis data Multivariate (seperti analisis regresi berdasarkan model regresi berganda) biasanya melibatkan sekitar 25 variabel dikali variable Independen. Oleh Karena itu analisis regresi dengan menggunakan 4 variabel independen yang dilakukan dalam penelitian ini membutuhkan kecukupan sampel 100 responden.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini antara lain Uji Instrumen data (Uji Reliabilitas & Uji Validitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas & Uji Heteroskedastisitas), dan Analisis Regresi Linear Berganda dimana analisis data dilakukan menggunakan dengan dan menhprogram IBM SPSS statistc version 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada responden baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan hasil analisis data sebagai berikut ;

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur variabel penelitian melalui pertanyaan dari indikator, dimana suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban terhadap pernyataannya konsisten (Ghozali, 2012). Kriteria suatu variabel dikatakan reliabel ketika nilai dari cronbach alpha $> 0,06$. Berdasar perhitungan SPSS nilai cronbach alpha pada Variabel X1 (*gaya hidup*), X2 (*financial literacy*), X3 (*financial attitude*), dan X4 (*financial behavior*) dan y (*perilaku konsumtif*) melebihi dari nilai kritis 0,6 sehingga Penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat dipergunakan dalam menganalisis data.

Uji Validitas

Uji Validitas dapat dipergunakan untuk mengetahui ke-valid atau tidaknya kuesioner yang dipakai didalam penelitian (Ghozali, 2012), dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang telah diperoleh dari pertanyaan yang telah dibuat. Pernyataan dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Dengan jumlah responden 100 maka r tabel yang harus terpenuhi adalah 0,1966. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel *Gaya Hidup*, *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, *Financial Behavior* & *Perilaku konsumtif* bersifat valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji yang dapat dipergunakan sebagai uji untuk mengetahui kedistribusian normal pada suatu variabel residual didalam suatu model regresi (Ghozali, 2012).

Deteksi normalitas residual menggunakan analisis statistik dengan melihat nilai *test of normality* pada kolom *statistic kolmogorov-smirnov*, dimana apabila nilai *asympt. sig* > 0,05 maka data tersebut normal. berdasarkan hasil olah data, didapatkan nilai 0,200 sehingga dapat dikatakan bahwa residual berdistribusi normal, karena nilai *asympt sig* (2 tailed) lebih dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang memiliki tujuan untuk melihat hubungan diantara variabel bebas dalam suatu model regresi, dimana suatu model regresi dapat dikatakan layak ketika tidak terjadi korelasi (Ghozali, 2012). Berikut hasil uji :

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas.

Model (Constant)	Collinearity Statistics.	
	Tolerance	VIF
Gaya Hidup (X1)	0,733	1,364
Financial Literacy (X2)	0,876	1,141
Financial Attitude (X3)	0,518	1,932
Financial Behavior (X4)	0,577	1,732

Sumber : Data Primer diolah 2021.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dikatakan bahwa variabel gaya hidup, *financial literacy*, *financial attitude*, dan *financial behavior* tidak terjadi multikolinearitas. Dilihat dari nilai VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih dari 0,1, sehingga terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas diungkapkan sebagai uji yang digunakan untuk melihat perbedaan pada variance dari residual antara pengamatan satu dan pengamatan yang lainnya pada suatu model regresi (Ghozali, 2012). Suatu data dapat dikatakan baik ketika tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai sig variabel gaya hidup (0,249), *financial literacy* (0,073), *financial attitude* (0,785), dan *financial behavior* (0,688) sehingga seluruh variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dapat dipergunakan untuk melihat pengaruh variabel Gaya Hidup, *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, dan *Financial Behavior* pada variabel Perilaku Konsumtif.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardize	T	Sig.
		Coefficients		d		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,173	1,852		,633	,528
	Gaya Hidup	-,198	,058	-,175	-3,404	,001
	Financial Literacy	,908	,045	,938	19,997	,000
	Financial Attitude	-,016	,030	-,033	-,546	,587
	Financial Behavior	-,032	,038	-,049	-,842	,402

Sumber. Data Primer diolah 2021

Berdasarkan dari perhitungan tersebut didapat persamaan regresi dari kolom *unstandardized coefficients* dan hasilnya sebagai berikut :

$$Y = 1,173 - 0,198 X1 + 0,908 X2 - 0,016 X3 - 0,032 X4$$

1. Konstanta sebesar **1,173** atau bernilai positif menyatakan bahwa variabel independen (*Gaya Hidup, Financial Literacy, Financial Attitude, dan Financial Behavior*) jika nilainya 0, maka Saving Behavior memiliki tingkat keputusan sebesar **1,173**.
2. Koefisien regresi X1 atau *Gaya Hidup* bernilai negatif sebesar **0,198**. Berdasarkan dari nilai tersebut maka diambil kesimpulan bahwa setiap penambahan satu satuan *Gaya Hidup* akan menambah Perilaku Konsumtif kearah negatif sebesar **0,198** satuan dimana dengan asumsi variabel independen yang lain bernilai konstan.
3. Koefisien regresi X2 atau *Financial Literacy* bernilai positif sebesar **0,908**. Berdasarkan nilai tersebut maka diambil kesimpulan bahwa setiap penambahan satu satuan *Financial Literacy* akan menambah Perilaku Konsumtif sebesar **0,908** satuan dimana dengan anggapan variabel independen yang lain mempunyai nilai konstan.
4. Koefisien regresi X3 atau *Financial Attitude* bernilai negatif sebesar **0,016**. Berdasarkan nilai tersebut maka diambil kesimpulan bahwa setiap penurunan satu satuan *Financial Attitude* akan menurun juga nilai Perilaku Konsumtif ke arah negatif sebesar **0,016** satuan dimana dengan perumpamaan variabel independen yang lain bernilai konstan.
5. Koefisien regresi X4 atau *Financial Behavior* bernilai negatif sebesar **0,032**. Berdasarkan nilai tersebut maka diambil kesimpulan bahwa setiap penurunan satu satuan

Financial Behavior akan menurun juga Perilaku Konsumtif ke arah negatif sebesar **0,032** satuan dimana dengan asumsi variabel independen lain mempunyai nilai konstan.

Analisis regresi linear berganda memiliki lebih dari satu alat yang digunakan untuk melihat korelasi yang terjadi diantara variabel dependen dengan independen. Alat lain untuk melihat analisis regresi linear berganda adalah, seperti dibawah ini:

Uji Signifikasi Parsial (Uji T)

Uji Signifikasi Parsial (Uji t) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi pada variabel (X) Gaya Hidup, *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, dan *Financial Behavior* terhadap variabel (Y) Perilaku Konsumtif dan mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan dibandingkan dengan variabel bebas yang lain terhadap variabel terikat.

Berdasarkan olah data melalui SPSS menunjukkan bahwa hasil uji t yang dilihat dari kolom signifikansi (Sig), sebagai berikut: Nilai Signifikansi dari variabel gaya hidup (X1) adalah 0,001 yang artinya nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai Signifikansi dari variabel financial literacy (X2) adalah 0,000 yang artinya nilai signifikansi tersebut dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel financial literacy (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai Signifikansi dari variabel financial attitude (X3) adalah 0,587 yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05 ($0,587 > 0,05$). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel financial attitude (X3) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai Signifikansi dari variabel financial behavior (X4) adalah 0,402 yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih dari 0,05 ($0,402 > 0,05$). Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel financial behavior (X4) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi millennial pengguna shopee di Solo. *Financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif generasi millennial pengguna shopee di Solo. *Financial attitude* berpengaruh tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif generasi millennial pengguna shopee di Solo. *Financial behavior* berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi millennial pengguna shopee di Solo.

KETERBATASAN DAN SARAN

Perubahan terkait penurunan perilaku konsumtif terhadap generasi millennial di Solo perlu adanya sinergitas dari berbagai pihak, baik itu pemerintah, keluarga dan individu dari generasi millennial itu sendiri, sehingga dengan adanya kesinambungan dari berbagai pihak Perilaku Konsumtif dapat ditekan dan akan tercipta keuangan yang baik dan sehat pada masing-masing individu pada generasi millennial di Solo yang diharapkan akan memberikan kebermanfaatan personal dimasa mendatang.

Bagi peneliti berikutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, serta mengembangkan indikator – indikator lain dalam mengukur variabel – variabel dalam penelitian yang mengacu pada Perilaku Konsumtif sehingga mampu untuk memberikan gambaran mengenai Perilaku Konsumtif yang lebih luas lagi. Serta Bagi peneliti selanjutnya dianjurkan menggunakan objek penelitian dengan cakupan yang lebih luas lagi, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya akan mendapat hasil yang lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. *Psikoborneo*, 6 (2), 410–419.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, (2019), Provinsi Jawa Tengah dalam Angka.
- Dyah Rini Prihastuty & Sri Rahayuningsih. 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). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*. Vol. 03, No. 02, hal 121 – 134.
- Furnham. A 1984 Dalam (Irene Herdjijono & Angela Damanik) 2016
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisa, R. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekoimbis Review*, 8(2), 149–159.
- Ghozali, Imam, (2012), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20 Edisi 6, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indarti Kusumaningtyas & Drs. Norida Canda Sakti, M.Si (2017) Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif siswa klas XI IPS di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo
- Kusnandar dan Kurniawan, 2018 (Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurnawan,D (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu rumah tangga dalam membentuk perilaku keuangan keluarga di kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper (SCA 8)*, 8 (1)

Lina dan Rasyid (1997) dalam Daniella Putri Islamy (2015) Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif siswa - siswi SMP Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai : BSD Kota Tangerang Selatan. UIN Kota Tangerang Selatan.

Nababan, D., & Sadalia, I (2012). Analisis personal financial literacy dan financial behavior mahasiswa strata 1 fakultas ekonomi Universitas Sumatera Utara.

Remund, David L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case For a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*. Vol. 44 No. 2.

Rika Wahyuni, Hadi Irfani, Isna Asyri Syahrina, & Rina Mariana (2019) Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Standar Nasional Literasi Keuangan Indonesia (*Revisit* 2017).

Triyaningsih S. L. 2011. Dampak OnlineMarketing Melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*: Vol.11, No.2, 172-177.

<https://greatnesia.com/data-statistik-e-commerce-indonesia-2020/> diakses senin 17 Mei 2021,

<https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj> diakses senin 17 Mei 2021.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial> diakses senin 17 Mei 2021.