

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024

Diterima:

5 November 2025

Revisi:

15 November 2025

Terbit:

8 Desember 2025

¹ Sela Wahyuni, ² Suharto, ³ Umi Hidayati

^{1,2,3} Universitas PGRI Mpu Sindok

Abstrak— Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024. **Metode:** Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian korelasi, yaitu untuk mencari korelasi atau hubungan antara variabel bebas (X) literasi ekonomi dan variabel terikat (Y) perilaku *impulsive buying*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner/angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis korelasi *Spearman Rank Rho*. **Hasil:** Berdasarkan hasil uji korelasi *spearman rank rho* diketahui hasil data korelasi = -0,464 dengan nilai sig (2-tailed) = 0,003 (sig < 0,05) dengan taraf signifikansi 5%. Data Menunjukkan hasil bersifat negatif atau tidak searah yang berarti semakin tinggi literasi ekonomi maka semakin rendah perilaku *impulsive buying*, kemudian hasil koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying*, sehingga H_a (diterima) dan H_o (ditolak). **Kesimpulan:** Maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara literasi ekonomi dengan perilaku *impulsive buying* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024. Sebaiknya individu dapat meningkatkan dan menerapkan pengetahuan literasi ekonominya agar menekan perilaku *impulsive buying*.

Kata Kunci—: Literasi Ekonomi, Perilaku *Impulsive Buying*

Abstract— Objective: This study aims to find out how the influence of economic literacy on impulsive buying behavior in students of the Universitas PGRI Mpu Sindok Economic Education Study Program for the 2023/2024 Academic Year. **Method:** This study is a quantitative research with a correlation research design, namely to find a correlation or relationship between the independent variable (X) economic literacy and the bound variable (Y) impulsive buying behavior. Data collection techniques with questionnaires/questionnaires and documentation. The data analysis technique used was the Spearman Rank Rho correlation analysis test. **Result:** Based on the results of the spearman rank rho correlation test, it is known that the correlation data results = -0.464 with a sig value (2-tailed) = 0.003 (sig < 0.05) with a significance level of 5%. The data showed that the results were negative or non-unidirectional, which means that the higher the economic literacy, the lower the impulsive buying behavior, then the results of the correlation coefficient showed that there was a significant relationship between economic literacy and impulsive buying behavior, so H_a (accepted) and H_o (rejected). **Conclusion:** Therefore, it was concluded that there was an influence between economic literacy and impulsive buying behavior in students of the Universitas PGRI Mpu Sindok Economic Education Study Program for the 2023/2024 Academic Year. Individuals should be able to improve and apply their economic literacy knowledge to suppress impulsive buying behavior.

Keywords—: Economic Literacy; Impulsive Buying Behavior

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Nama Penulis: Sela Wahyuni

Program Studi Penulis: Pendidikan Ekonomi

Institusi Penulis: Universitas PGRI Mpu Sindok

PENDAHULUAN

Pemenuhan kebutuhan hidup merupakan salah satu aspek dari ekonomi yang harus dilakukan oleh setiap individu. Pengetahuan mengenai bagaimana pemenuhan kebutuhan hidup yang merupakan salah satu aspek ekonomi, bagaimana memahami permasalahan dasar ekonomi yaitu pemenuhan kebutuhan, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar merupakan definisi dari literasi ekonomi. Literasi ekonomi adalah kemampuan berekonomi dalam mengalokasikan uang. Literasi ekonomi akan memberikan pengaruh positif terhadap generasi muda dalam melakukan kegiatan berekonominya (Sulthoni et al., 2021).

Pada era globalisasi yang sangat berkembang pesat ini, membuat segala sektor kehidupan juga berubah dengan sangat cepat salah satunya adalah sektor ilmu pengetahuan dan ekonomi. Kedua sektor tersebut sangat berhubungan erat karena saling mempengaruhi satu sama lain. Ketika perekonomian dunia semakin berubah pesat harus juga diimbangi dengan bertambahnya ilmu pengetahuan supaya kegiatan ekonomi yang tidak terkontrol dan atau pembelian yang tidak terkontrol yang sering disebut dengan *impulsive buying* tidak akan dilakukan. Konsumen melakukan *impulsive buying* tidak berfikir membeli suatu produk, konsumen langsung melakukan pembelian karena ketertarikan pada merek, promo atau diskon yang memberikan kesempatan pada waktu singkat dalam memberikan penawaran (Pujiastuti et al., 2022).

Melihat data yang dirilis oleh Populix mengenai perilaku belanja masyarakat Indonesia, *survey* tersebut dilakukan pada saat kondisi ketidakpastian ekonomi pada tahun 2023 dengan jumlah responden 1.086 laki – laki dan perempuan yang berusia 18 – 55 tahun. Indonesia memiliki kecenderungan melakukan *impulsive buying* didasari karena adanya kesempatan mempunyai produk yang lama ingin dimiliki tetapi baru membeli sekarang dan sebagai bentuk apresiasi diri sendiri atau *self reward*, selain karena hal tersebut promo atau diskon penjualan *special* momen juga menjadi faktor penting dan kuat pembentuk perilaku *impulsive buying* masyarakat Indonesia (KumparanBisnis, 2023).

Penelitian tentang pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying* merupakan topik yang penting dalam konteks keuangan konsumen. Literasi ekonomi melibatkan pemahaman tentang konsep-konsep keuangan pribadi, seperti pengelolaan uang, pengambilan keputusan keuangan, dan pengetahuan tentang investasi. Perilaku *impulsive buying*, di sisi lain, mencakup pembelian spontan tanpa pertimbangan yang matang terhadap implikasi finansialnya. Studi ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pemahaman ekonomi personal mempengaruhi kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif, serta dampaknya terhadap stabilitas keuangan individu. (Kusuma et al., 2022). Permasalahan mengenai bagaimana literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying* dipengaruhi oleh faktor – faktor atau kondisi lapangan yang berbeda pada setiap penelitian karena berbeda tempat, fokus penelitian, dan faktor – faktor lainnya. Misalnya pada penelitian terdahulu yang

berjudul : “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa” pada penelitian terdahulu ini terdapat dua variabel bebas yaitu Literasi Ekonomi dan Lingkungan Sosial. Responden yang digunakan adalah Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Universitas Mulawarman pada tahun 2022. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh secara simultan antara literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif (Pujiastuti et al., 2022).

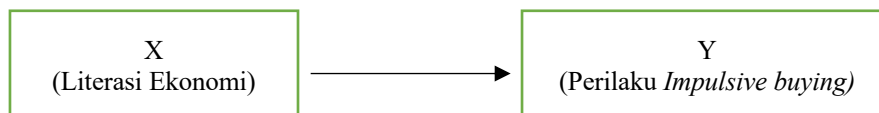
Sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah hanya terdapat satu variabel bebas yaitu Literasi Ekonomi. Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024. Terdapat beberapa perbedaan variabel, waktu, dan tempat antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan yang memungkinkan terdapat faktor atau permasalahan yang berbeda yang dihadapi peneliti dan responden dalam melakukan penelitian dengan variabel yang telah ditentukan. (Hidayati, 2015)

Pada uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik mengangkat judul : “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024” untuk dianalisis lebih rinci mengenai bagaimana literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa, bagaimana perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa, dan bagaimana pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik/berupa angka, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi atau hubungan yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui erat tidaknya suatu hubungan antar variabel dengan menggunakan statistik inferensial.

Berikut adalah pola desain penelitian dalam penelitian ini:



Gambar 1. Desain Penelitian

Keterangan:

X (Literasi Ekonomi) : sebagai variabel independen yang memberikan pengaruh

Y (Perilaku *Impulsive Buying*) : sebagai variabel dependen yang dipengaruhi

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya variabel lain dalam hal ini adalah variabel terikat (dependen), disimbolkan dengan huruf X. Pada penelitian ini variabel bebas (X) adalah Literasi Ekonomi. Variabel terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independen), disimbolkan dengan huruf Y. Pada penelitian ini variabel terikat (Y) adalah Perilaku *Impulsive Buying*.

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Angkatan 2021 Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 yang terdiri dari 2 kelas dengan jumlah mahasiswa 80 orang. Dengan rincian kelas yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi kelas 6A sejumlah 34 Mahasiswa dan Kelas B 46 Mahasiswa.

Sampling adalah suatu metode pengumpulan data dimana hanya sebagian dari populasi yang dijadikan sampel yang memiliki sifat serta ciri – ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Sugiyono, 2018). Menurut pendapat Gay dan Diehl (1992) bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat Gay dan Diehl (1992) ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir, namun ukuran sampel tetap bergantung pada jenis penelitiannya, yaitu Jika penelitian bersifat korelasional sampel minimumnya adalah 30 subjek. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling dengan jenis *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018).

Teknik pengumpulan data dengan angket/kuesioner dan dokumentasi. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner/angket, sehingga instrumen yang digunakan berupa formulir kuesioner/angket. Kuesioner/angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung dan tertutup yaitu berupa daftar pertanyaan atau pernyataan langsung diberikan kepada subjek atau responden penelitian untuk dimintai pendapat, keyakinan, atau jawaban mengenai pernyataan atau pertanyaan yang diberikan. Analisis data yang benar akan menghasilkan kesimpulan benar pula. Pada penelitian ini peneliti menggunakan alat uji untuk pengujian hipotesis yaitu Korelasi *Spearman Rank*. Uji korelasi *Charles Spearman* atau Koefisien Rank Spearman atau *Spearman's Rho* merupakan uji hipotesis untuk mengetahui hubungan antara 2 variabel. Uji Koefisien Spearman merupakan uji statistik yang menguji 2 variabel dengan data normal atau satu variabel dengan data dan nama atau rasio normal. Pada sebuah penelitian perlu diuji untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam pengujian hipotesis peneliti menggunakan uji Korelasi Spearman's Rank dengan

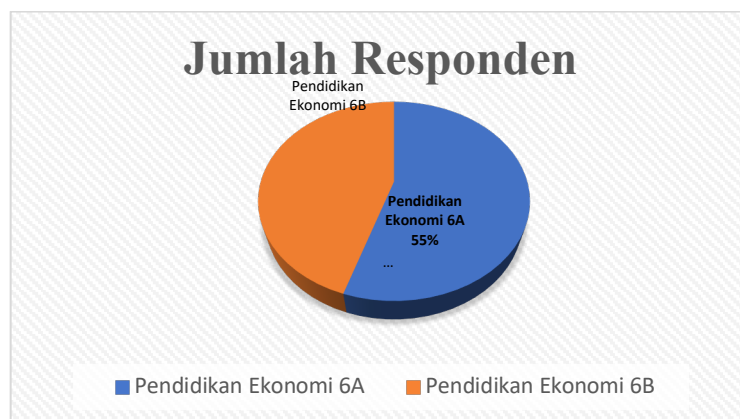
menggunakan aplikasi SPSS Ver.27. Dari perhitungan korelasi didapat nilai koefisien korelasi antara kedua variabel yaitu literasi ekonomi dan perilaku *impulsive buying*. Kemudian nilai koefisien korelasi dikonsultasikan dengan dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Jika taraf signifikansi $< 0,05$ maka terdapat hubungan antar variabel atau kedua variabel memiliki korelasi dan keputusan hipotesisnya (H_a diterima) dan (H_o ditolak). Apabila koefisien korelasi memiliki taraf signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat hubungan antar variabel atau kedua variabel tidak berkorelasi dan keputusan hipotesisnya (H_a ditolak) dan (H_o diterima).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini responden yang diambil sebagai sampel adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 yang telah menempuh mata kuliah dasar – dasar ilmu ekonomi dan beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan ilmu ekonomi. Responden yang digunakan sebagai sampel penelitian sebanyak 40 mahasiswa yang ditentukan jumlahnya berdasarkan pada teknik pengambilan sampel yang telah digunakan. Berdasarkan data dari 40 responden yaitu angkatan 2021 kelas A dan Kelas B Program Studi Pendidikan Ekonomi disajikan dalam diagram dibawah ini:



Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas

Hasil Uji Deskriptif Data Variabel Literasi Ekonomi (X)

Instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel literasi ekonomi yaitu berupa kuesioner dengan isi pernyataan positif yang mewakili setiap indikator variabel literasi ekonomi yang diberikan oleh peneliti sebanyak 15 pernyataan (setelah uji validitas dan reliabilitas yang menghasilkan jenis instrumen yang valid dan reliabel berdasarkan ketentuan yang telah digunakan) yang telah dilakukan pengujian kepada total 40 responden. 15 pernyataan tersebar beberapa indikator antara lain: Item p1-p5 mengenai masalah pokok yang terdapat dalam ekonomi meliputi konsep dasar, motif, kelangkaan; item p6-p9 mengenai pasar dan harga; item p10 mengenai penawaran dan permintaan; item p11-p13 mengenai peranan pemerintah; item p14-p15 pendistribusian pendapatan individu. Teknik pemberian nilai pada instrumen ini adalah menggunakan *skala likert* tidak ada benar atau salah karena ingin

mengukur pendapat seseorang mengenai suatu sesuai dengan pengetahuannya dengan ketentuan skor: 4=Sangat Setuju, 3= Setuju, 2=Tidak Setuju, 1=Sangat Tidak Setuju.

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif Variabel Literasi Ekonomi

Min	Max	Mean	Median	Mode	Range	Std. Deviasi
37,00	59,00	46,68	46,00	43,00	22,00	4,90

Sumber: SPSS Ver. 27, data diolah oleh Peneliti, 2024

Tabel 4. diatas hasil data variabel literasi ekonomi memiliki nilai minimum (terendah) 37,00, nilai maksimum (tertinggi) 59,00, mean (nilai rata-rata) 46,68, nilai median (nilai tengah) 46,00, modus (nilai sering muncul) 43,00, range (jangkauan) 22, dan standar deviasi yang diperoleh adalah 4,90. Untuk menyajikan data distribusi frekuensi dengan acuan normal, diperlukan nilai rata-rata dan standar deviasi agar dapat menentukan interval kelompok sesuai dengan kategori yang ditentukan sebagai penjelasan pengetahuan variabel literasi ekonomi. Banyaknya kategori tidak boleh lebih dari lima ataupun kurang dari tiga pada tiap kelompoknya (Azwar, 2018).

Berdasarkan uraian diatas berikut ini merupakan tabel distribusi frekuensi variabel literasi ekonomi yang dikelompokkan oleh peneliti menjadi 4 kategori untuk informasi data yang lebih jelas dan rinci:

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Ekonomi Dengan Acuan Data Normal

Kategori	Interval Kelas	F	%
Sangat Tinggi	>51,57	8	20
Tinggi	46,67 – 51,57	8	20
Rendah	41,77 – 46,67	20	50
Sangat Rendah	>41,77	4	10
Jumlah		40	100%

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, 2024

Dengan melihat data distribusi frekuensi diatas, terdapat 8 mahasiswa atau sebesar 20% memiliki kriteria yang sangat tinggi dengan artian mahasiswa tersebut memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang sangat baik, sebanyak 8 mahasiswa atau sebesar 20% ber kriteria tinggi yang artinya memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang baik, sebanyak 20 mahasiswa atau sebesar 50% ber kriteria rendah atau artinya cukup baik memiliki pengetahuan literasi ekonomi, dan sebanyak 4 mahasiswa atau sebesar 10% ber kriteria sangat rendah atau artinya cukup memiliki pengetahuan literasi ekonomi. Disini membuktikan bahwa dari sampel yang ada masih lebih banyak mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi yang masih rendah dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi yang tinggi.

Hasil Uji Deskripsi Data Variabel Perilaku *Impulsive Buying* (Y)

Instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel *impulsive buying* yaitu berupa kuesioner dengan isi pernyataan positif yang mewakili setiap indikator variabel *impulsive buying* yang diberikan oleh peneliti sebanyak 10 pernyataan (setelah uji validitas dan reliabilitas yang menghasilkan jenis

instrumen yang valid dan reliabel berdasarkan ketentuan yang telah digunakan) yang telah dilakukan pengujian kepada total 40 responden. 10 pernyataan tersebar beberapa indikator antara lain: p1-p3 mengenai spontanitas dalam melakukan pembelian; p4-p5 mengenai kekuatan, kompulsif, dan intensitas dalam melakukan pembelian; p7-p8 mengenai tingkat keinginan atau kegairahan dalam melakukan pembelian; p9-p10 mengenai ketidakperdulian akan akibat melakukan pembelian secara tiba-tiba atau impulsive. Teknik pemberian nilai pada instrumen ini adalah menggunakan skala likert tidak ada benar atau salah karena ingin mengukur pendapat seseorang mengenai suatu sesuai dengan pengetahuannya dengan ketentuan skor: 4=Sangat Setuju, 3= Setuju, 2=Tidak Setuju, 1=Sangat Tidak Setuju.

Tabel 3. Hasil Uji Deskriptif Variabel *Impulsive Buying*

Min	Max	Mean	Median	Mode	Range	Std. Deviasi
20,00	39,00	28,13	28,00	28,00	19,00	4,56

Sumber: SPSS Ver. 27, data diolah oleh Peneliti, 2024

Tabel 6. diatas hasil data variabel *Impulsive Buying* memiliki nilai minimum (terendah) 20,00, nilai maksimum (tertinggi) 39,00, mean (nilai rata-rata) 28,13, nilai median (nilai tengah) 28,00, modus (nilai sering muncul) 28,00, range (jangkauan) 19, dan standar deviasi yang diperoleh adalah 4,56. Untuk menyajikan data distribusi frekuensi dengan acuan normal, diperlukan nilai rata-rata dan standar deviasi agar dapat menentukan interval kelas sesuai dengan kategori yang ditentukan. Banyaknya kategori tidak boleh lebih dari lima ataupun kurang dari tiga pada tiap kelompoknya (Azwar, 2018).

Berdasarkan uraian diatas berikut ini merupakan tabel distribusi frekuensi *impulsive buying* ekonomi yang dikelompokkan oleh peneliti menjadi 4 kategori untuk informasi data yang lebih jelas dan rinci.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel *Impulsive buying* Dengan Acuan Data Normal

Kategori	Interval Kelas	F	%
Sangat Tinggi	>32,68	4	10
Tinggi	28,12 – 32,68	15	37,5
Rendah	23,56 – 28,12	12	30
Sangat Rendah	< 23,56	9	22,5
Jumlah		40	100%

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, 2024

Dengan melihat data distribusi frekuensi diatas, terdapat 4 mahasiswa atau sebesar 10% memiliki kriteria yang sangat tinggi dengan artian mahasiswa tersebut memiliki kecenderungan sangat tinggi dalam melakukan perilaku *impulsive buying*, sebanyak 15 mahasiswa atau sebesar 37,5% ber kriteria tinggi yang artinya memiliki kecenderungan tinggi dalam melakukan perilaku *impulsive buying*, sebanyak 12 mahasiswa atau sebesar 30% ber kriteria rendah atau artinya melakukan perilaku *impulsive buying*, dan sebanyak 9 mahasiswa atau sebesar 22,5% ber kriteria sangat rendah melakukan perilaku *impulsive buying*. Disini membuktikan bahwa dari sampel yang ada masih lebih banyak mahasiswa

yang melakukan perilaku *impulsive buying* dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak melakukan perilaku *impulsive buying*.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5. Tabel Uji Hipotesis *Spearman Rank*

Correlations			Literasi Ekonomi	Perilaku Impulsive Buying
Spearman's rho	Literasi Ekonomi	Correlation Coefficient	1,000	-,464**
		Sig. (2-tailed)	.	,003
		N	40	40
	Perilaku Impulsive Buying	Correlation Coefficient	-,464**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,003	.
		N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: SPSS Ver.27 Uji Hipotesis *Spearman Rank*, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji korelasi spearman rank rho diketahui hasil data korelasi = - 0,464 dengan nilai sig(2-tailed) = 0,003 (sig < 0,05). Hal tersebut menunjukkan hasil bersifat negatif atau tidak searah yang berarti semakin tinggi literasi ekonomi maka semakin rendah perilaku *impulsive buying*, kemudian hasil koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying*. Oleh karena itu keputusan hipotesis adalah hipotesis Ha (diterima) dan hipotesis Ho (ditolak).

Pembahasan

Menurut Japelli (2009) dalam (Muzakki, 2021) literasi ekonomi pada prinsipnya merupakan alat untuk mencapai tujuan, hanya saja pada kenyataan tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengerucutkan peluang mencapai kesejahteraan. Menurut NCEE (*National Council for Economic Education*) literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa adalah mencakup masalah pokok ekonomi yaitu mengenai kelangkaan, motif ekonomi, konsep dasar ekonomi, kebutuhan dan keinginan individu. Lalu pasar dan harga yaitu mengenai bagaimana sistem pasar yang ada di Indonesia dan bagaimana sistem pemberian harga pada barang. Kemudian penawaran dan permintaan yaitu penawaran dan permintaan mengenai kehadiran produk dipasar sehingga mempengaruhi harga dan pasar. Selanjutnya peranan pemerintah yaitu peranan pemerintah yang sangat penting dalam sistem pasar kita agar tercipta sistem perekonomian yang stabil, dan pendistribusian pendapatan pendistribusian pendapatan artinya bagaimana individu atau khususnya dalam hal ini mahasiswa membagi pendapatannya dengan bijak agar mampu memenuhi kebutuhan hidupnya (Ferdian et al., 2022). Semua permasalahan literasi ekonomi diatas sudah dipelajari oleh mahasiswa pada mata kuliah yang ada dalam Prodi Pendidikan Ekonomi dari semester 1-7. Sehingga mampu mendukung pengetahuan literasi ekonomi mahasiswa.

Literasi Ekonomi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 khususnya 40 mahasiswa yang dijadikan sampel di Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 menunjukkan bahwa terdapat 8 mahasiswa atau sebesar 20% memiliki kriteria yang sangat tinggi dengan artian mahasiswa tersebut memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang sangat tinggi, sebanyak 8 mahasiswa atau sebesar 20% berkriteria tinggi yang artinya memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang baik, sebanyak 20 mahasiswa atau sebesar 50% berkriteria rendah atau artinya cukup baik memiliki pengetahuan literasi ekonomi, dan sebanyak 4 mahasiswa atau sebesar 10% berkriteria sangat rendah atau artinya cukup memiliki pengetahuan literasi ekonomi. Disini membuktikan bahwa literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa berkategori rendah.

Menurut Utami pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan pada saat konsumen melihat produk tertentu dan tertarik untuk memilikinya tanpa ada perencanaan sebelumnya, biasanya terjadi sebab adanya suatu hal yang menarik dari toko tersebut. Menurut Sinvera dalam Firmansyah pembelian impulsif atau pembelian tidak terencana adalah perolehan tujuan yang sifatnya hedonik yang didukung dengan adanya kesenangan. Dimana kesenangan dan kenyamanan yang konsumen dapatkan tersebut mengakibatkan terciptanya perilaku pembelian impulsif pada saat berbelanja (Didi, 2022). Menurut Stern dalam (Didi, 2022) perilaku *impulsive buying* mahasiswa meliputi spontanitas pembelian yaitu melakukan pembelian dengan tiba-tiba tanpa memikirkan dibutuhkan atau tidaknya barang yang dibeli tersebut karena terpengaruh trend atau hal lain. Kemudian kekuatan, kompulsif, dan intensitas pembelian yaitu melakukan pembelian dengan berlebihan. Lalu kegairahan pembelian, dan ketidakperdulian akan akibat yaitu akibat dari kita melakukan pembelian dengan *impulsive* tersebut.

Perilaku *Impulsive buying* Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 khususnya 40 mahasiswa yang dijadikan sampel di Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 menunjukkan bahwa terdapat 4 mahasiswa atau sebesar 10% memiliki kriteria yang sangat tinggi dengan artian mahasiswa tersebut memiliki kecenderungan sangat tinggi dalam melakukan perilaku *impulsive buying*, sebanyak 15 mahasiswa atau sebesar 37,5% berkriteria tinggi yang artinya memiliki kecenderungan tinggi dalam melakukan perilaku *impulsive buying*, sebanyak 12 mahasiswa atau sebesar 30% berkriteria rendah atau artinya melakukan perilaku *impulsive buying*, dan sebanyak 9 mahasiswa atau sebesar 22,5% berkriteria sangat rendah melakukan perilaku *impulsive buying*. Disini membuktikan bahwa perilaku *impulsive buying* mahasiswa memiliki kategori tinggi.

Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomim Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024. hasil uji korelasi spearman rank rho diketahui hasil data korelasi = -0,464 dengan nilai sig(2-tailed) = 0,003 (sig < 0,05). Hal tersebut menunjukkan hasil bersifat negatif atau tidak searah yang berarti semakin tinggi literasi ekonomi maka semakin rendah perilaku *impulsive buying*, kemudian hasil koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying*. Oleh karena itu keputusan hipotesis adalah hipotesis H_a (diterima) dan hipotesis H_o (ditolak). Sedangkan hipotesis nol (H_o) ditolak dengan H_o Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan

antara literasi ekonomi dengan perilaku impulsive buying pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan mengenai Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku *Impulsive buying* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 diperoleh kesimpulan bahwa saat ini perilaku impulsive buying sangat ditentukan oleh tingkat pengetahuan literasi ekonomi mahasiswa. Dimana jika tingkat literasi ekonomi seseorang tinggi maka akan menurunkan perilaku impulsive buying, namun jika literasi ekonomi rendah akan perilaku impulsive buying akan naik. Hal tersebut sejalan dengan Penelitian yang dilakukan Muti' Atunnisa', (2022) yang berjudul: "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif di Marketplace Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Muti' Atunnisa', 2022). Terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Malang.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Literasi Ekonomi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 khususnya 40 mahasiswa yang dijadikan sampel di Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 menunjukkan hasil penelitian dengan kriteria literasi ekonomi yang rendah dengan frekuensi sebesar 20 mahasiswa dengan presentasi 50% dengan nilai rata – rata 46,68. Perilaku *Impulsive buying* Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 khususnya 40 mahasiswa yang dijadikan sampel di Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 menunjukkan hasil penelitian bahwa perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa berada pada kriteria tinggi dengan frekuensi 15 mahasiswa dengan presentasi 37,5% dengan nilai rata-rata 28,12.

Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa program studi pendidikan ekonomim angkatan 202 khususnya 40 mahasiswa yang dijadikan sampel di Universitas PGRI Mpu Sindok Tahun Akademik 2023/2024 hasil uji korelasi spearman rank rho diketahui hasil data korelasi = -0,464 dengan nilai sig(2-tailed) = 0,003 (sig < 0,05). Hal tersebut menunjukkan hasil bersifat negatif atau tidak searah yang berarti semakin tinggi literasi ekonomi maka semakin rendah perilaku *impulsive buying*, kemudian hasil koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku *impulsive buying*. Oleh karena itu keputusan hipotesis adalah hipotesis Ha (diterima) dan hipotesis Ho (ditolak).

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa lembaga pendidikan maupun individu harus meningkatkan kualitas literasi ekonomi dan melakukan penerapannya bagi kehidupan berekonomi. Penelitian berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari aspek – aspek lain yang mempengaruhi perilaku *impulsive buying* seperti tingkat pendapatan, gaya hidup, kontrol diri, tingkat konsumsi, dan literasi keuangan. Sehingga dapat memperkaya penelitian yang berhubungan dengan literasi ekonomi dan perilaku *impulsive buying*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kepada Seluruh pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak secara langsung sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, meskipun demikian peneliti mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai dorongan pikiran untuk perkembangan pendidikan dalam pendidikan ekonomi.

REFERENSI

- Atunnisa', M. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Di Marketplace Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ips Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. Etheses UIN Malang.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian*. Surakarta. Pustaka Pelajar.
- Budiyono. (2015). Budiyono, Pengantar Penilaian Hasil Belajar. Yogyakarta. UNS Press.
- Didi. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Pada Konsumen Situs Belanja Online Shopee Ditinjaumenurut Ekonomi Syariah. 57. UIN Suska Riau.
- Ferdian, P. N., Mulawarman, U., Ellyawati, N., Mulawarman, U., Riyadi, R., & Mulawarman, U. (2022). LITERASI EKONOMI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI. 40–45.Samarinda. Universitas Mulawarman.Kalimantan Timur.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Didi. (2022). *Analisis Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Pada Konsumen Situs Belanja Online Shopee Ditinjaumenurut Ekonomi Syariah*. 57.
- Ferdian, P. N., Mulawarman, U., Ellyawati, N., Mulawarman, U., Riyadi, R., & Mulawarman, U. (2022). LITERASI EKONOMI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI. 40–45.
- Hidayati, U. (2015). Performance Analysis of Village-Owned Enterprise Managers as a Basic of Designing Education and Training. *European Journal of Business and Management*, 7, 32–147. www.iiste.org
- KumparanBisnis. (2023). *Perilaku Belanja Masyarakat RI*. Populix. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat-indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n/full>
- Kusuma, M. A., Kusumajanto, D. D., Handayani, R., & Febrianto, I. (2022). Alternatif Pembelajaran Aktif di Era Pandemi melalui Metode Pembelajaran Game Based Learning. *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 7(1), 28. <https://doi.org/10.17977/um039v7i12022p028>
- Muzakki, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNPAS (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNPAS Semester II Tahun Akademik 2018/2019). [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/50123/7/BAB%20II.Pdf](http://Repository.Unpas.Ac.Id/50123/7/BAB%20II.Pdf), 1–23.
- Pujiastuti, N., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 107–117. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6710>
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28th ed.).
- Sulthoni, E. D., Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *Produk Fashion Di Online Shop Pada Kalangan*.
- KumparanBisnis. Diakses pada 10 Mei 2024. Perilaku Belanja Masyarakat RI. Populix.<https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat-indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n/full>.
- Muhson, A. (2024). Teknik Analisis Kuantitatif. 1–7.Makalah ini disajikan oleh Ali Muhson. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta. [Ali+Muhson+\(2006\)+Analisis+Kuantitatif.pdf \(unp.ac.id\)](https://unp.ac.id/ali-muhson-(2006)-analisis-kuantitatif.pdf). Diakses pada 20 Juli 2024.
- Muzakki, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNPAS (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNPAS Semester II Tahun Akademik 2018/2019). [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/50123/7/BAB%20II.Pdf](http://Repository.Unpas.Ac.Id/50123/7/BAB%20II.Pdf), 1–23. Universitas Pasundan. Bandung.
- Pujiastuti, N., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 107–117. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i1.6710>. Universitas Mulawarman. Samarinda.
- Putri. (2020). Menentukan Populasi dan Sampel puteri 2020. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28776.01285>.

Jakarta.

- Ronald P. Volpe Dan, H. C. (2024). An analysis of personal financial literacy among college students. *ScienceDirect*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7).
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28th ed.). Bandung. ALFABETA.
- Sulthoni, E. D., Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2021). *Produk Fashion Di Online Shop Pada Kalangan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Syarifuddin. (2019). Pentingnya Literasi ekonomi, Agar Bijak Memperlakukan Uang. *Indonesiana*. <https://www.indonesiana.id/read/136402/pentingnya-literasi-ekonomi-agar-bijak-memperlakukan-uang#> Diakses pada 25 Mei 2024.
- UID. (2024). Memahami Apa Itu Impulsive Buying dan Tips Penting Menghindarinya. *EKUID*. <https://blog.eku.id/memahami-apa-itu-impulsive-buying-dan-tips-penting-menghindarinya/#:~:text=Berikut adalah beberapa dampak yang mungkin timbul akibat,dan penyesalan atas pembelian tersebut. ... More items.> Diakses pada 03 Mei 2024.