



Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Eksplorasi Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi

Tsalis Kholifatin Adil Mutamimmah¹, Andri Widiyanto²

^{1,2}Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik, Politeknik Harapan Bersama Jl. Mataram No.9, Pesurungan Lor, Kec. Margadana, Kota Tegal, Jawa Tengah 52147

*Korespondensi : tsaliskholifatin22@gmail.com, andriwidi29@gmail.com

Volume 17
Nomor 2
Halaman 218-224
Pekanbaru, 30 November 2024

Tanggal Masuk :
12 November 2024
Tanggal Revisi :
15 November 2024
Tanggal Diterima :
25 November 2025

Kata Kunci :

Tingkat Pendapatan, Locus Of Control, Literasi Keuangan, Impulsive Buying

Mengutip ini sebagai :

Mutamimmah, T. K., & Widiyanto, A. (2024). Eksplorasi Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Locus Of Control Terhadap Impulsive Buying Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 218-224.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* dengan literasi keuangan sebagai mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sesuai kriteria yaitu 149 responden pada pegawai ASN (Aparatur Sipil Negara) di 27 Kelurahan Pemerintah Kota Tegal. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) PLS. Literasi keuangan mampu memediasi tingkat pendapatan secara tidak langsung terhadap *impulsive buying* karena memiliki nilai $p\text{-value} > 0,05$. Namun, literasi keuangan mampu memediasi *locus of control* secara langsung terhadap *impulsive buying* karena memiliki nilai $p\text{-value} < 0,05$.

Abstract

This study aims to test and determine the effect of income level and locus of control on impulsive buying with financial literacy as a mediator. This study is a quantitative study using a questionnaire with a sample size according to the criteria, namely 149 respondents in ASN (State Civil Apparatus) employees in 27 Kelurahan of Tegal City Government. The data analysis technique in this study uses SEM (Structural Equation Model) PLS. Financial literacy is able to mediate income levels indirectly on impulsive buying because it has a $p\text{-value} > 0.05$. However, financial literacy is able to mediate locus of control directly on impulsive buying because it has a $p\text{-value} < 0.05$.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi tidak hanya mempercepat perkembangan ekonomi, tetapi juga meningkatkan perilaku konsumtif, termasuk *impulsive buying*. Di Indonesia, fenomena *impulsive buying* tidak terbatas pada satu kelompok, melainkan melibatkan berbagai kalangan. Menurut survei Populix (2023), 63% masyarakat lebih memilih belanja online karena hemat waktu dan kemudahan perbandingan harga, sementara 37% lainnya lebih suka belanja *offline* karena dapat memeriksa barang secara langsung. Literasi keuangan juga menjadi faktor penting dalam mengendalikan *impulsive buying*, terutama dalam konteks peningkatan pendapatan dan *locus of control* (Malia, 2021; Aulia et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Secara teori, penelitian ini bertujuan menambah wawasan tentang dampak pendapatan, *locus of control*, serta literasi keuangan terhadap perilaku *impulsive buying*. Secara praktis, diharapkan hasilnya dapat memberikan panduan kepada individu dan pihak terkait mengenai pentingnya literasi keuangan dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Penelitian ini berfokus pada ASN Kelurahan Kota Tegal, dengan variabel meliputi tingkat pendapatan (gaji pokok I-IV), *locus of control*, dan literasi keuangan sebagai

faktor mediasi dalam perilaku *impulsive buying*. *Impulsive buying*, perilaku membeli barang secara spontan tanpa perencanaan, sering kali dipicu oleh dorongan emosional.

Menurut Lewi (2022), mengendalikan perilaku impulsif penting untuk mencegah masalah keuangan. Pendapatan, termasuk gaji pokok merujuk pada penghasilan yang diterima dalam periode tertentu dan diklasifikasikan sesuai PP Nomor 15 Tahun 2019. Pendapatan yang lebih tinggi berpotensi meningkatkan risiko *impulsive buying*, sehingga manajemen keuangan yang bijak sangat diperlukan. *Locus of control* (kontrol diri) menggambarkan kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilakunya sendiri. Menurut Prihartini (2022), *locus of control* internal, di mana individu merasa dirinya yang mengendalikan peristiwa, dan eksternal, di mana individu percaya bahwa peristiwa dikendalikan oleh orang lain.

Kontrol diri yang baik dapat membantu seseorang menghindari perilaku impulsif. Pengetahuan dan keterampilan dibutuhkan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat disebut literasi keuangan. Chen dan Volpe mengklasifikasikan literasi keuangan dengan kategori rendah (< 60%), sedang (60%-79%), dan tinggi (> 80%). Literasi keuangan yang baik sangat penting untuk mencegah pengambilan keputusan yang kurang tepat, termasuk dalam menghindari perilaku *impulsive buying*.

METODE PENELITIAN

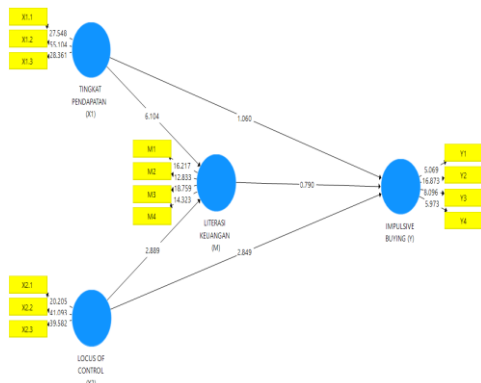
Penelitian ini menggunakan pengisian kuesioner yang di isi langsung oleh pegawai pemerintah. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk penelitian yang lebih menitikberatkan pada data-data yang berasal dari jawaban responden dalam pengaruh tingkat pendapatan (X_1) dan *locus of control* (X_2) terhadap *impulsive buying* (Y), guna melihat rata-rata dari tingkat

literasi keuangan (M) seluruh responden. Tidak hanya menggunakan data kuantitatif, penelitian ini juga memanfaatkan data kualitatif sebagai pendukung untuk menguraikan hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, digunakan perangkat lunak (*software*) SmartPLS versi 3.0 untuk melakukan analisis statistik data dan menerapkan model SEM dalam

mengukur hubungan antar variabel (Latan & Ghozali dalam Prajanti, 2023).

1. Uji Outer Model (Model Pengukuran), terdiri dari:
 - a. *Convergent Validity* mengukur seberapa kuat indikator berkorelasi dengan variabel laten, dengan syarat $AVE > 0,5$ dan *outer loading* $> 0,5$.
 - b. *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan validitas konstruk jika nilainya melebihi 0,5.
 - c. *Discriminant Validity* tercapai jika item pertanyaan memiliki loading lebih tinggi pada variabelnya sendiri dibandingkan variabel lain.
 - d. Reliabilitas diukur melalui *Composite Reliability* ($> 0,7$) yang menunjukkan konsistensi jawaban responden.
2. Pengujian Hipotesis, dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Hipotesis diterima jika nilai t-statistik $> 1,993$ ($\alpha = 0,05$).
3. Uji Inner Model, mengevaluasi kekuatan prediksi model berdasarkan nilai *R-square*. Nilai *R-square* 0,75 = kuat, 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah) menggambarkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
4. Path Model SmartPLS



Sumber: Hasil Olah Data, 2024
Gambar 1 Model Penelitian SmartPLS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan ASN yang bertugas di Kantor Kelurahan Pemerintah Kota Tegal sebagai responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Kuesioner tersebar

sebanyak 167 responden dan terisi sebanyak 149 responden. Setelah melakukan tabulasi data, hasil yang dianalisis berasal dari 149 responden. Data karakteristik responden pada penelitian ini diidentifikasi menggunakan skala nominal yang mencakup usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pendapatan tiap bulan, jumlah anak, dan jenis belanja. Berikut hasil analisis data menggunakan SmartPLS:

1. Uji Outer Model (Model Pengukuran) :
 - a. *Convergent Validity*, untuk menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk dan variabel laten memadai, *outer loading* dari masing-masing indikator harus $> 0,5$. Berikut hasil uji berdasarkan nilai *outer loading*:

Variabel	Indikator Pernyataan Valid
Tingkat Pendapatan	3
Locus Of Control	3
Literasi Keuangan	4
Impulsive Buying	4

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 2 Data Validitas Item Pernyataan

	Impulsive Buying	Literasi Keuangan	Locus Of Control	Tingkat Pendapatan	Keterangan
M1		0.825			Valid
M2		0.727			Valid
M3		0.828			Valid
M4		0.762			Valid
X1.1				0.878	Valid
X1.2				0.925	Valid
X1.3				0.878	Valid
X2.1			0.871		Valid
X2.2			0.918		Valid
X2.3			0.906		Valid
Y1	0.638				Valid
Y2	0.880				Valid
Y3	0.735				Valid
Y4	0.649				Valid

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 3 Hasil Uji Convergent Validity

- b. *Discriminant Validity*. Penilaian didasarkan pada AVE yang menunjukkan $> 0,5$ untuk uji *discriminant validity* dianggap valid. Berikut hasil ujinya :

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X ₁)	0,799	Diterima
Locus Of Control (X ₂)	0,807	Diterima
Literasi Keuangan (M)	0,618	Diterima
Impulsive Buying (Y)	0,536	Diterima

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 4 Hasil Uji Discriminant Validity (AVE)

- c. *Reliability*. Uji ini dianggap reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,7. Berikut hasil ujiannya:

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Impulsive Buying (Y)	0,709	0,819	Reliabel
Literasi Keuangan (M)	0,793	0,866	Reliabel
Locus Of Control (X ₁)	0,883	0,926	Reliabel
Tingkat Pendapatan (X ₂)	0,874	0,923	Reliabel

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 5 Hasil Uji Reliability

2. Uji Inner Model (Model Struktural).

Uji *inner* menggunakan nilai *R-Square* untuk mengukur pengaruh variabel endogen (dependen) terhadap variabel laten eksogen (independen). Nilai *R-Square* dikategorikan “kuat = 0,75”; “sedang = 0,50”; serta “lemah = 0,25”. Berikut hasilnya:

	R Square	Keterangan
Impulsive Buying (Y)	0,124	Lemah
Literasi Keuangan (M)	0,320	Sedang

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 6 Hasil Uji R-Square

3. Pengujian Hipotesis.

Dalam uji hipotesis ini dengan tingkat kepercayaan 95%, t-tabel ditetapkan sebesar 1,98. Hipotesis diterima jika *t-statistik* > t-tabel, *p values* < alpha 0,05. Berikut hasil ujiannya:

Variabel	T Statistics	P Values	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X ₁)	1,060	0,290	Ditolak
Locus Of Control (X ₂)	2,849	0,005	Diterima
Literasi Keuangan (M)	0,790	0,430	Ditolak

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 7 Hasil Uji Hipotesis Impulsive Buying

Berikut tabel yang memasukkan variabel literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Adapun hasil yang didapat:

Variabel	T Statistics	P Values	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X ₁)	6,104	0,000	Diterima
Locus Of Control (X ₂)	2,889	0,004	Diterima

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Gambar 8 Hasil Uji Hipotesis Literasi Keuangan

4. Pembahasan.

a. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Impulsive Buying (H₁)

Hasil uji hipotesis satu (H₁) menunjukkan bahwa **tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap impulsive buying**, *P-value* 0,290 (> 0,05) dan *t-statistic* 1,060. Oleh karena itu, hipotesis ini ditolak karena tidak ada hubungan pengaruh antara tingkat pendapatan dan *impulsive buying*.

Hal ini berarti bahwa setiap individu memilih perilaku yang memberikan kepuasan optimal sesuai dengan pendapatan mereka. Dalam kasus ini, meskipun tingkat pendapatan meningkat, hal itu tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku *impulsive buying*. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung lebih selektif pada pengeluaran dan lebih mengutamakan kebutuhan dasar. Sehingga meskipun pendapatan mereka meningkat, perilaku *impulsive buying* tidak terlihat dominan.

Temuan penelitian ini konsisten dengan Kurniawati (2023) yang menjelaskan bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Namun, hasil ini bertentangan dengan Lewi (2022) dan Lestari (2021), bahwa tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* yang mana semakin meningkat

tingkat pendapatan seseorang, maka dapat meningkatkan *impulsive buying*.

b. Pengaruh Locus Of Control Terhadap Impulsive Buying (H₂)

Pengujian hipotesis dua (H₂) menunjukkan bahwa *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. *P-value* 0,005 (< 0,05) dan *t-statistic* 2,849. Hal ini berarti hipotesis diterima karena hubungan antara *locus of control* dan perilaku *impulsive buying* signifikan.

Individu dengan *locus of control* internal merasa lebih dapat mengendalikan perilaku impulsif karena merasa menguasai kehidupannya, sedangkan seseorang dengan *locus of control* eksternal cenderung menyalahkan faktor luar, lebih sulit mengendalikan *impulsive buying*. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung memiliki pengendalian internal yang kuat, karena mereka percaya bahwa tindakan dan keputusan pribadi memiliki dampak besar pada hasil hidupnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Anjani (2023), menunjukkan *locus of control* memiliki pengaruh terhadap *impulsive buying*. Namun, hasil ini berbeda dengan Prihartini (2022) dan Malia (2021), menunjukkan *locus of control* tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa individu dengan keyakinan diri yang rendah cenderung kesulitan mengendalikan dorongan pribadi mereka, sehingga lebih mudah terjebak dalam *impulsive buying*.

c. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Impulsive Buying (H₃)

Hasil uji hipotesis tiga (H₃) menunjukkan bahwa **literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying***, *P-value* 0,430 (> 0,05) dan *t-statistic* 0,790, sehingga hipotesis ini ditolak.

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah meskipun literasi keuangan dianggap penting dalam pengelolaan keuangan pribadi, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatannya tidak secara langsung mengurangi perilaku *impulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain masih berperan lebih besar dalam keputusan pembelian impulsif. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, individu tersebut cenderung mengelola keuangan dengan bijaksana, memprioritaskan kebutuhan dasar, dan berhati-hati dalam pengeluaran.

Temuan ini sejalan dengan Aulia et al. (2023), menyatakan literasi keuangan tidak signifikan mempengaruhi *impulsive buying*. Namun, penelitian ini bertentangan dengan Suratno et al. (2021) dan Aini & Susanti (2021), menunjukkan bahwa literasi keuangan signifikan mempengaruhi *impulsive buying*, yang mana jika literasi keuangan lebih tinggi dapat meningkatkan keputusan terkait *impulsive buying*.

d. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Impulsive Buying Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi (H₄)

Hasil pengujian hipotesis empat (H₄) menunjukkan bahwa **literasi keuangan memediasi hubungan antara tingkat pendapatan (X₁) dan *impulsive buying* (Y)**, meskipun sifat mediasi ini adalah **mediasi sebagian**. Ini disebabkan oleh fakta bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh langsung terhadap *impulsive buying*, sebaliknya **berpengaruh terhadap literasi keuangan**, dan literasi keuangan berperan sebagai mediator yang menghubungkan tingkat pendapatan dengan *impulsive buying*.

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah meskipun tingkat pendapatan tidak secara langsung mempengaruhi *impulsive buying*,

namun melalui pengaruhnya terhadap literasi keuangan, tingkat pendapatan dapat mempengaruhi *impulsive buying* secara tidak langsung. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung memiliki pola pengeluaran yang lebih terencana dan konservatif. Sehingga mereka lebih fokus ke pengelolaan keuangan yang efisien dan cermat.

Hasil ini sama dengan peneliti Iryani B (2023), menyatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap *impulsive buying*, sehingga mampu memediasi tingkat pendapatan terhadap *impulsive buying*. Namun, penelitian ini bertentangan dengan Kurniawati (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak signifikan mempengaruhi *impulsive buying*, serta tingkat pendapatan tidak mempengaruhi perilaku *impulsive buying*.

e. Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi (H₅)

Hasil uji hipotesis kelima (H₅) menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat memediasi hubungan antara *locus of control* (X₂) dan *impulsive buying* (Y), tetapi mediasi ini bersifat sebagian. Ini karena *locus of control* berpengaruh langsung terhadap *impulsive buying* (*P-value* 0,005), sementara literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* (*P-value* 0,430 dan *t-statistik* 0,790 < 1,98).

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah meskipun *locus of control* secara langsung mempengaruhi *impulsive buying*, namun melalui pengaruhnya terhadap literasi keuangan, *locus of control* dapat mempengaruhi *impulsive buying* secara tidak langsung. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa individu

tersebut menunjukkan pengendalian diri yang kuat dalam mengelola keuangannya. Tercermin dari kedisiplinan dalam membuat anggaran, memprioritaskan kebutuhan primer, dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu.

Temuan ini sama dengan Aida & Rochmawati (2022), mengungkapkan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* dan dapat memediasi *locus of control* dengan perilaku *impulsive buying*. Namun, hasil ini bertentangan dengan Kartika (2022) yang menyimpulkan literasi keuangan dan juga *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying*.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini menguji pengaruh tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* dengan literasi keuangan sebagai mediasi. Hasil menunjukkan bahwa tingkat pendapatan tidak secara signifikan mempengaruhi *impulsive buying*, sedangkan *locus of control* (kontrol diri) memiliki pengaruh signifikan. Literasi keuangan tidak mempengaruhi *impulsive buying*, tetapi secara signifikan memediasi hubungan antara tingkat pendapatan dan *locus of control*. Pengaruh tingkat pendapatan dan *locus of control* terhadap *impulsive buying* tergolong lemah (12,4%), sementara pengaruhnya terhadap literasi keuangan berada pada kategori sedang (32%).

DAFTAR RUJUKAN

- Aida, N. N., & Rochmawati, R. (2022). Pengaruh Sikap Keuangan, Locus of control, Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(3), 257–266. <https://doi.org/10.26740/jpak.v10n3.p257-266>
- Aini, F. N., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*

- Universitas Udayana*, 10(11), 991.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i11.p06>
- Anjani, N. (2023). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online Produk Fashion Pada Remaja Di Tanjung Selamat*.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif*. 7, 2010–2020.
- Iryani B, I. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Flexing, Pendapatan Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Melalui Online Shopping Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi*. 130, 39–69.
- Kartika, L. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Man 5 Bogor)*.
- Kurniawati, T. (2023). *Pengaruh Price Discount dan Pendapatan Terhadap Impulsive Buying Pada Online Shop (Studi Kasus Pada Tenaga Kependidikan Di Universitas Negeri Padang)*. *Salingka Nagari*, 02(1), 87–96.
- Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*.
- Lewi, S. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulsive Buying Pada Konsumen Minimarket Ditengah Pandemi Covid-19*. 19.
- Malia, R. (2021). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.
- Prajanti, C. N. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Mahasiswa Belanja Online Di E-Commerce Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi*.
- Prihartini, F. F. (2022). *Pengaruh Regulasi Diri Dan Locus Of Control Terhadap Kecenderungan Impulsive Buying Pada Usia Dewasa Awal Yang Berbelanja Secara Online Di Kabupaten Majalengka*.