



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



DAMPAK *SOCIAL COMMERCE* DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEKERJA *FRESH GRADUATE* DI DKI JAKARTA (DENGAN PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI SEBAGAI VARIABEL MODERASI)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh :

Azzam Rahmadhan

2104443001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**DAMPAK *SOCIAL COMMERCE* DAN *INFLUENCER MARKETING*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEKERJA *FRESH GRADUATE* DI
DKI JAKARTA (DENGAN PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI
SEBAGAI VARIABEL MODERASI)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
Manajemen Keuangan

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh :

Azzam Rahmadhan

2104443001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azzam Rahmadhan
NIM : 2104443001
Program Studi : Sarjana Terapan Manajemen Keuangan
Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 7 Juli 2025



Azzam Rahmadhan
NIM. 2104443001



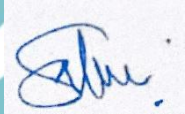
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Azzam Rahmadhan
NIM : 2104443001
Program Studi : D4 Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : **Dampak *Social Commerce* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja *Fresh Graduate* Di DKI Jakarta (Dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi Sebagai Variabel Moderasi)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Manajemen keuangan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Sabar Warsini S.E., M.M. ()

Anggota Penguji : Fatimah, S.E., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal: 14 Juli 2025



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.

NIP. 197009131999031002

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Azzam Rahmadhan

NIM : 2104443001

Judul :

“Dampak *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja *Fresh Graduate* di DKI Jakarta (Dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi Sebagai Variabel Moderasi)”

Telah disetujui untuk diteruskan ke tahap sidang akhir sesuai dengan jadwal yang akan ditetapkan kemudian.

Pembimbing

Fatimah, S.E., M.M.

NIP. 196312231990032010

KPS Program Studi

Lini Ingriyani, S.T., M.M.

NIP. 1993102024062001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi penulis kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul: *DAMPAK SOCIAL COMMERCE DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEKERJA FRESH GRADUATE* DI DKI JAKARTA (DENGAN PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI SEBAGAI VARIABEL MODERASI). Semoga sholawat dan salam senantiasa mengalir kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya yang menuntun kita dari zaman kegelapan jahiliyah ke zaman yang berilmu dan beriman.

Penelitian skripsi ini dibuat untuk melengkapi nilai tugas akhir perkuliahan semester delapan dan sebagai syarat kelulusan. Penulis telah berusaha keras dalam menyusun skripsi ini dengan harapan untuk mencapai hasil yang memuaskan. Namun, penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sempurna dikarenakan beberapa kekurangan dari diri penulis sendiri.

Penulis menyadari bahwa Laporan Magang ini tidak akan tersusun dengan benar tanpa bantuan dari beberapa pihak. Maka itu, penulis ingin memberi ucapan terima kasih kepada beberapa pihak itu, antara lain adalah:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M selaku direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si. selaku ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Lini Ingriyani, S.T., M.M selaku Kepala Program Studi D4 Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Fatimah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menghabiskan waktu, tenaga, dan memberikan kesabaran penuh sehingga penulis dan mahasiswa yang lain bisa mendapatkan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Keluarga di rumah yang selalu mendoakan, mendukung, dan memastikan penulis menjalankan penulisan skripsi ini dengan semangat.
6. Teman-teman Kelas MK D yang selama empat tahun ini selalu saling berbagi ilmu dan mendukung satu sama lain sehingga kita semua dapat mencapai di titik ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Faaris Hasan Kamal, Muhammad Akmal Rasyid Ibrahim, dan Muhammad Rezaldiansyah yang selalu setia mendampingi dalam berbagai situasi, serta terus memberikan semangat dan menjadi sumber motivasi bagi penulis untuk terus berjuang.

Penulis mengharapkan sebuah kritik dan saran yang positif dikarenakan oleh kesadaran dari penulis sendiri bahwa masih terdapat banyak kekurangan dari penelitian skripsi ini. Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis berharap ada beberapa manfaat yang bisa penulis dan pembaca dapatkan.

Depok, 7 Juli 2025

Penulis,

Azzam Rahmadhan,
NIM. 2104443001





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azzam Rahmadhan
NIM : 2104443001
Program Studi : Manajemen Keuangan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non- Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

“Dampak *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja *Fresh Graduate* di DKI Jakarta (Dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi Sebagai Variabel Moderasi)”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia, atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) , merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 7 Juli 2025

Yang Menyatakan

Azzam Rahmadhan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Dampak *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja *Fresh Graduate* di DKI Jakarta (Dengan Pengelolaan Keuangan Pribadi Sebagai Variabel Moderasi)

Azzam Rahmadhan

Program Studi Manajemen Keuangan

ABSTRAK

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang baru memasuki dunia kerja. Pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta kini semakin akrab dengan fenomena *social commerce* dan *influencer marketing*, yang tidak hanya memudahkan akses berbelanja, tetapi juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif dan pengelolaan keuangan pribadi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak *social commerce* dan *influencer marketing* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta, dengan pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada 126 pekerja *fresh graduate* di wilayah DKI Jakarta. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *influencer marketing* tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, pengelolaan keuangan pribadi cenderung memperlemah pengaruh *social commerce* maupun *influencer marketing* terhadap perilaku konsumtif, namun efek moderasi tersebut tidak signifikan secara statistik.

Kata Kunci: *Social Commerce*, *Influencer Marketing*, Perilaku Konsumtif, Pengelolaan Keuangan Pribadi, Pekerja *Fresh Graduate*, DKI Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

The Impact of Social Commerce and Influencer Marketing on the Consumptive Behavior of Fresh Graduate Workers in DKI Jakarta (With Personal Financial Management as a Moderating Variable)

Azzam Rahmadhan

Financial Management Study Program

ABSTRACT

In today's digital era, the rapid development of information technology and social media has significantly transformed consumption patterns in society, particularly among young adults who have just entered the workforce. Fresh graduates in Jakarta are increasingly familiar with the phenomena of social commerce and influencer marketing, which not only facilitate shopping access but also have the potential to influence their consumptive behavior and personal financial management. This study aims to analyze the impact of social commerce and influencer marketing on the consumptive behavior of fresh graduates in Jakarta, with personal financial management as a moderating variable. The research employs a quantitative approach, collecting primary data through questionnaires distributed to 126 fresh graduates in Jakarta. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the relationships among the research variables. The results indicate that social commerce has a positive and significant effect on consumptive behavior, while influencer marketing does not have a significant effect. Additionally, personal financial management tends to weaken the influence of both social commerce and influencer marketing on consumptive behavior, although this moderating effect is not statistically significant.

Keywords: Social Commerce, Influencer Marketing, Consumptive Behavior, Personal Financial Management, Fresh Graduates, Jakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN UNTUK SIDANG AKHIR SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	8
2.1.2 <i>Social Commerce</i>	9
2.1.3 <i>Influencer Marketing</i>	9
2.1.4 Pengelolaan Keuangan Pribadi	10

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.1.5	Perilaku Konsumtif	11
2.2	Penelitian Terdahulu.....	11
2.3	Kerangka Pemikiran.....	14
2.4	Pengembangan Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN		17
3.1	Jenis Penelitian.....	17
3.2	Objek Penelitian.....	17
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	17
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian	18
3.5	Metode Pengumpulan Data Penelitian	21
3.6	Metode Analisis Data	22
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	23
3.6.2	Uji Instrumen	23
3.6.3	Uji <i>Inner Model</i>	24
3.6.4	Uji Hipotesis	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Hasil Penelitian	26
4.1.1	Profil Responden.....	26
4.1.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	31
4.1.3	Hasil Uji Instrumen Data	32
4.1.4	Hasil Uji <i>Inner Model</i>	34
4.1.5	Hasil <i>Bootstrapping SmartPLS 4</i>	35
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis	36
4.2	Pembahasan.....	37
4.2.1	Pengaruh <i>Social Commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	37
4.2.2	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	38



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.2.3 Peran Pengelolaan Keuangan Pribadi sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh *Social Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif 39

4.2.4 Peran Pengelolaan Keuangan Pribadi sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif..... 40

BAB V PENUTUP 41

5.1 Kesimpulan 41

5.2 Saran..... 42

DAFTAR PUSTAKA..... 43

LAMPIRAN..... 46





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	19
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif.....	31
Tabel 4. 2 Uji Validitas Konvergen	32
Tabel 4. 3 Uji Validitas Diskriminan.....	33
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 5 Nilai R-Square.....	34
Tabel 4. 6 Path Coefficients	36
Tabel 4. 7 Moderated Regression Analysis (MRA)	36





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei Platform Belanja Online	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin	26
Gambar 4. 2 Usia Responden	27
Gambar 4. 3 Pendidikan Terakhir	28
Gambar 4. 4 Status Pekerjaan	28
Gambar 4. 5 Lama bekerja setelah lulus	29
Gambar 4. 6 Lokasi Tempat Kerja	30
Gambar 4. 7 Platform Media Sosial untuk Berbelanja	30
Gambar 4. 8 Hasil Bootstrapping SmartPLS 4	35





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	47
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	52
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Data	59
Lampiran 5 Hasil Uji Inner Model.....	62
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	63
Lampiran 7 Hasil Bootstrapping SmartPLS 4	65





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pengelolaan keuangan pribadi merupakan keterampilan yang sangat penting bagi setiap individu, terutama bagi pekerja *fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja. Dalam praktiknya, pengelolaan keuangan pribadi tercermin dari kebiasaan seperti membuat anggaran, mengendalikan pengeluaran, serta mengambil keputusan finansial secara bijak agar kebutuhan dan tujuan keuangan dapat tercapai secara optimal (Abnur, 2024). Pengelolaan keuangan pribadi menjadi sangat krusial bagi pekerja *fresh graduate* karena mereka mengalami transisi dari kehidupan kampus ke dunia kerja, di mana mereka mulai menerima pendapatan pertama dan menghadapi tanggung jawab finansial yang lebih besar (Syafitri, 2024). Banyak pekerja *fresh graduate* yang menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka, seperti tekanan gaya hidup tinggi, godaan untuk berbelanja secara berlebihan, serta kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang efektif (Irhamni et al., 2023).

Permasalahan pengelolaan keuangan pribadi pada pekerja *fresh graduate* semakin kompleks di tengah dinamika gaya hidup modern dan kemudahan akses informasi. Banyak dari mereka kesulitan menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga sering terjebak dalam perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial maupun tren yang berkembang. Tantangan ini diperparah oleh kurangnya pengalaman dalam mengelola pendapatan secara efektif dan minimnya kontrol terhadap pengeluaran sehari-hari. Studi oleh Purwaningdyah & Pratminingsih (2025) menunjukkan bahwa tekanan sosial dan paparan media digital dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan, sehingga berisiko mengganggu stabilitas keuangan pribadi. Dalam konteks ini, penting untuk memahami faktor-faktor eksternal yang semakin memengaruhi perilaku konsumsi, terutama dengan berkembangnya fenomena *social commerce* dan *influencer marketing* di media sosial.

Social Commerce merupakan evolusi dari *e-commerce* tradisional, di mana konsumen tidak hanya melakukan transaksi jual beli, tetapi juga aktif berbagi informasi mengenai produk, terutama manfaat yang mereka rasakan melalui media

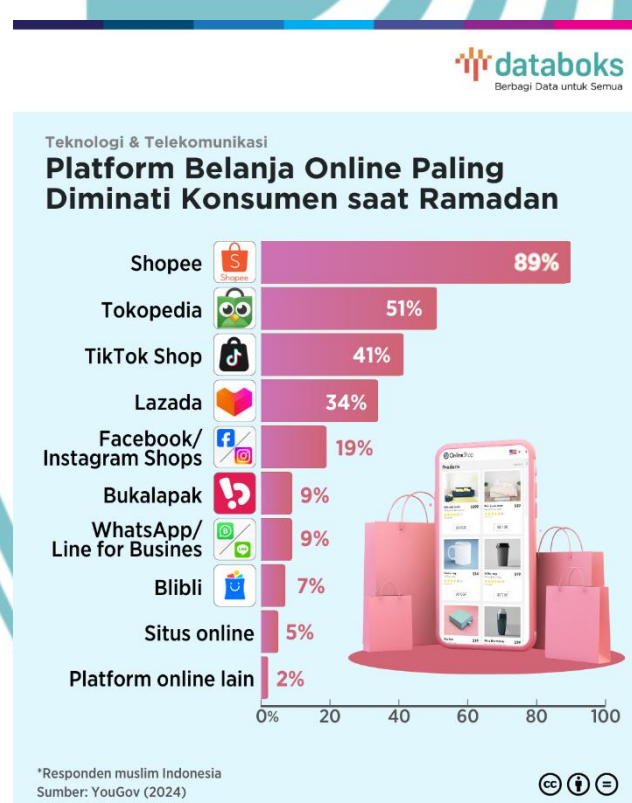


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sosial. Aktivitas ini berpotensi meningkatkan ketertarikan dan mendorong calon konsumen lain untuk melakukan pembelian (Chen et al., 2019). Dalam pemasaran digital, *Influencer Marketing* berperan penting dalam mempromosikan produk dan mempengaruhi keputusan pembelian pengguna, dengan memanfaatkan kepercayaan dan kedekatan yang telah terbangun antara *influencer* dan pengikutnya. Daya tarik *Social Commerce* bagi pengguna terletak pada kemudahan akses yang ditawarkan, serta adanya rekomendasi dari teman dan ulasan *online* yang memberikan informasi tambahan sebelum melakukan pembelian. *Influencer* tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai pencipta tren yang dapat mempengaruhi keinginan konsumtif pengguna, mendorong mereka untuk mengikuti gaya hidup dan produk yang dipromosikan oleh *influencer* yang mereka kagumi (Alfiannor, 2024).



Gambar 1. 1 Hasil Survei Platform Belanja Online

Sumber: Databoks (2024)

Berdasarkan data survei Databoks (2024) terhadap responden muslim Indonesia, terlihat adanya pergeseran signifikan preferensi konsumen dari platform



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

e-commerce tradisional menuju *social commerce*. Fenomena ini tercermin dari posisi *TikTok Shop* yang mencapai 41% penggunaan, telah melampaui Lazada (34%) dan mulai mendekati Tokopedia (51%), meskipun *TikTok Shop* merupakan pendatang relatif baru di ekosistem perdagangan digital Indonesia. Selain itu, *Facebook/Instagram Shops* dengan persentase 19% telah berhasil melampaui platform *e-commerce* yang lebih dulu hadir seperti Bukalapak (9%) dan Blibli (7%). Tren ini mengindikasikan bahwa konsumen Indonesia semakin memprioritaskan pengalaman berbelanja yang terintegrasi dengan aktivitas sosial media mereka, dimana mereka tidak hanya dapat berbelanja tetapi juga berinteraksi dengan komunitas dan mendapatkan rekomendasi produk secara *real-time*.

Pengelolaan keuangan pribadi bagi pekerja *fresh graduate* menghadapi berbagai tantangan yang signifikan, terutama dalam konteks tekanan untuk mengikuti gaya hidup tertentu dan memenuhi ekspektasi sosial yang sering kali tidak realistis (Budiliana & Saepuloh, 2024). Banyak individu dalam kelompok ini merasa terpaksa untuk beradaptasi dengan gaya hidup yang ditampilkan oleh *influencer* di media sosial, yang sering kali mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan (Huda, 2023). Dengan sumber daya keuangan yang terbatas, mereka sering kali terjebak dalam siklus pengeluaran yang tidak bijaksana, yang dapat mengakibatkan kesulitan dalam pengelolaan keuangan jangka panjang. Menurut Majid (2024), fenomena *Social Commerce* memperburuk situasi ini dengan mempromosikan produk yang tidak selalu diperlukan, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan mengabaikan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sehat.

Pemahaman mengenai dampak *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* amatlah penting. Dengan meningkatnya penggunaan platform digital dan media sosial, pengguna menjadi lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang dapat mempengaruhi stabilitas keuangan mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pekerja yang baru memasuki dunia kerja mengenai dampak dari *Social Commerce* dan *Influencer Marketing*, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi keputusan finansial mereka.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dalam era digital saat ini, *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* telah menjadi bagian integral dari kehidupan pekerja *fresh graduate*, di mana platform media sosial yang tujuan awalnya untuk bersosialisasi, sudah bisa digunakan untuk berbelanja secara *online*. Meskipun memberikan kemudahan dan aksesibilitas dalam berbelanja, menurut Widanti (2023) penggunaan *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* juga berpotensi menimbulkan dampak negatif. Perilaku konsumtif yang meningkat dan kurangnya perencanaan keuangan yang matang di kalangan pekerja *fresh graduate* sering kali dipengaruhi oleh promosi serta ulasan dari influencer. Terdapat kesenjangan yang signifikan antara pemahaman tenaga kerja baru tentang *Social Commerce* dan *Influencer Marketing* dengan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif, yang memerlukan perhatian lebih lanjut untuk mengatasi tantangan ini.

Perilaku konsumtif yang berlebihan di kalangan tenaga kerja baru dapat menimbulkan dampak negatif yang signifikan terhadap kesehatan finansial individu, seperti pemborosan dan ketidakmampuan dalam mengelola keuangan (Ratnaningtyas et al., 2022; Syafitri, 2024). Dalam konteks ini, penggunaan *Social Commerce* dan pengaruh dari *influencer* menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan, karena keduanya dapat mendorong perilaku konsumtif dan mengabaikan kebutuhan dasar. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui apakah pengelolaan keuangan pribadi dapat dipengaruhi oleh dua hal tersebut, sehingga individu dapat lebih bijaksana dalam mengambil keputusan finansial dan menghindari perilaku konsumtif yang merugikan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berikut adalah beberapa pertanyaan penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, diantaranya:

1. Apakah terdapat pengaruh *Social Commerce* terhadap pengelolaan keuangan pribadi pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh *Influencer Marketing* terhadap pengelolaan keuangan pribadi pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Apakah terdapat pengaruh *Social Commerce* terhadap pengelolaan keuangan pribadi pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta, dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi?
4. Apakah terdapat pengaruh *Influencer Marketing* terhadap pengelolaan keuangan pribadi pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta, dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut adalah beberapa tujuan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Menganalisis pengaruh *Social Commerce* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta.
2. Menganalisis pengaruh *Influencer Marketing* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta.
3. Menganalisis apakah pengelolaan keuangan pribadi memperkuat/memperlemah pengaruh *Social Commerce* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta.
4. Menganalisis apakah pengelolaan keuangan pribadi memperkuat/memperlemah pengaruh *Influencer Marketing* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, maupun secara teoritis atau praktis. Berikut manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan mengembangkan riset-riset sejenis yang telah ada. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menghadirkan pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel moderasi dan secara khusus mengambil pekerja *fresh graduate* sebagai populasi penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan ilmiah, memperkaya literatur yang sudah ada, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ingin mengkaji pengaruh *social commerce* dan *influencer marketing* dengan pendekatan dan populasi yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak terkait atau pembaca sebagai pertimbangan dalam mendukung pengelolaan keuangan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pengelolaan keuangan pribadi, khususnya bagi pekerja yang baru memasuki dunia kerja di DKI Jakarta yang aktif menggunakan media sosial. Dengan demikian, mereka dapat lebih bijak dalam menerima informasi, bertindak, membuat keputusan, serta mengelola keuangan pribadi mereka.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang masalah yang menjadi dasar pemilihan topik penelitian. Selanjutnya, dirumuskan masalah dan pertanyaan penelitian yang akan dianalisis. Bab ini juga menguraikan tujuan dan manfaat penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan untuk memberikan gambaran mengenai isi dan alur setiap bab pada skripsi ini.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian teori dan konsep yang berkaitan dengan *social commerce*, *influencer marketing*, perilaku konsumtif, dan pengelolaan keuangan pribadi. Bab ini memuat hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat kajian, dilengkapi dengan penjelasan kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis dan desain penelitian, objek serta subjek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, serta metode pengumpulan data. Bab ini juga menyajikan metode analisis data, termasuk tahapan-tahapan uji instrumen, uji *inner model*, dan uji hipotesis yang dilaksanakan dengan bantuan aplikasi statistik.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan profil responden dan memaparkan hasil analisis data yang telah diperoleh. Setiap temuan penelitian dijelaskan dan dibahas secara sistematis sesuai dengan metode analisis yang telah ditentukan.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang dirumuskan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya. Disampaikan pula saran yang bersifat aplikatif dan dapat dijadikan referensi oleh pihak-pihak terkait maupun peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dalam konteks yang berbeda.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini mengenai dampak *social commerce* dan *influencer marketing* terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta, dengan pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel moderasi, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. *Social commerce* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin intensif aktivitas *social commerce* yang dilakukan, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompok tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa interaksi sosial, kemudahan akses, serta rekomendasi di platform *social commerce* efektif mendorong perilaku konsumtif pada pekerja *fresh graduate*.
2. *Influencer marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate*. Meskipun *influencer marketing* secara teoritis dapat memengaruhi perilaku konsumtif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pekerja *fresh graduate* cenderung memiliki kontrol perilaku dan pemikiran kritis yang lebih baik, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh promosi atau rekomendasi dari *influencer*.
3. Pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel moderasi cenderung memperlemah pengaruh *social commerce* maupun *influencer marketing* terhadap perilaku konsumtif. Namun, efek moderasi ini tidak signifikan secara statistik, yang berarti kemampuan pengelolaan keuangan pribadi pada pekerja *fresh graduate* belum cukup kuat untuk secara nyata menahan atau mengurangi pengaruh *social commerce* dan *influencer marketing* terhadap perilaku konsumtif.
4. Secara keseluruhan, model penelitian ini dapat menjelaskan perilaku konsumtif pekerja *fresh graduate* dengan kekuatan hubungan yang cukup baik, di mana kontribusi variabel *social commerce*, *influencer marketing*,



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan pengelolaan keuangan pribadi secara bersama-sama mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi perilaku konsumtif responden.

5.2 Saran

Berdasarkan seluruh pemaparan, analisis, dan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam skripsi ini, maka terdapat sejumlah saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Pekerja *Fresh Graduate*

Bagi pekerja *fresh graduate*, disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *social commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga pekerja *fresh graduate* perlu lebih selektif dan bijak dalam memanfaatkan fitur-fitur belanja di media sosial. Upaya seperti membuat anggaran bulanan, membatasi pengeluaran impulsif, dan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan dapat membantu menjaga stabilitas keuangan pribadi di tengah maraknya promosi digital.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian ke wilayah lain atau segmen usia yang berbeda guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait perilaku konsumtif di era digital. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan variabel lain seperti tekanan sosial, gaya hidup, atau faktor psikologis yang mungkin turut memengaruhi hubungan antara *social commerce*, *influencer marketing*, dan perilaku konsumtif. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) juga dapat memperkaya pemahaman mengenai dinamika perilaku konsumtif di masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abduraimov, M. (2024). The Influence Of Social Media Influencers On Consumer Behavior. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 11, 19–22. <https://doi.org/10.54613/ku.v11i11.944>
- Abnur, A., & Wibowo, A. E. (2024). Literasi Keuangan, Pembelajaran Manajemen Keuangan Di Perguruan Tinggi Terhadap Gaya Hidup Dan Semangat Berwirausaha. In *Merline Julianti & Siska Amelia Maldin JURNAL AKUNTANSI BARELANG* (Vol. 8, Issue 2). <https://doi.org/10.33884/jab.v8i2.8827>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–221.
- Alfiannor, A. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Konsumen: Literatur Review. *Ekodestinas*, 2(2), 128–137. <https://doi.org/10.59996/ekodestinas.v2i2.607>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi). Rineka Cipta.
- Baihaqqy, M. R. I., Disman, Nugraha, & Sari, M. (2020). The correlation between education level and understanding of financial literacy and its effect on investment decisions in capital markets. *Journal of Education and E-Learning Research*, 7(3), 306–313. <https://doi.org/10.20448/JOURNAL.509.2020.73.306.313>
- Chen, Y., Lu, Y., Wang, B., & Pan, Z. (2019). How do product recommendations affect impulse buying? An empirical study on WeChat social commerce. *Information and Management*, 56(2), 236–248. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.09.002>
- Databoks. (2024). *Ini Platform Belanja Online Paling Diminati Konsumen saat Ramadan*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Dibbern, J., & Chin, W. (2010). An Introduction to a Permutation Based Procedure for Multi-Group PLS Analysis: Results of Tests of Differences on Simulated Data and a Cross Cultural Analysis of the Sourcing of Information System Services Between Germany and the USA. In *Handbook of Partial Least*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Squares: Concepts, Methods and Applications (pp. 171–193).
https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_8

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3).
<https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>

Irhamni, F., Mufidha, A. U., Haridyanti, A., & Iskandar, M. R. (2023). Peningkatan Kapasitas Karyawan PT Brand Mark dalam Literasi Finansial. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 5(3), 106.
<https://doi.org/10.36722/jpm.v5i3.2235>

Khikam Ali Majid, M., Sa, N., Rahmawati, L., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Islam Negeri Surabaya, U. (2024). Fenomena dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1796–1806.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13383>

Miftahul Huda, Safitri Laily Mufida, & Nur Afifah. (2023). Ketika Influencers Endorse Pada Media Sosial Instagram mendukung Brand: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Minat Beli. *SKETSA BISNIS*, 10(1), 101–120. <https://doi.org/10.35891/jsb.v10i1.3940>

Novel Dwi Budiliana, & Cepi Saepuloh. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Kota Cimahi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 2300–2312. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2552>

Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145.
<https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>

Purba, D. G., & Nurbasari, A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Azarine di Universitas Kristen Maranatha. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 8(2), 146. <https://doi.org/10.31104/jsab.v8i2.467>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Purwaningdyah, S. W. S., & Pratminingsih, S. A. (2025). Stressed and Shopping: Examining Social Media-Induced Stress and Online Impulsive Buying in Gen Z. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 15(3), 343–359. <https://doi.org/10.18196/jbti.v15i3.24822>
- Rahmadhani, I., Mutiara Sari, D., Novianti, I., Hatta Finalson, G., & Amanda Khoirunnisa, S. (2024). *Diferensiasi Interaksi Sosial Antara Generasi Milenial dan Gen Z*. 2(2), 68–71. <https://journal.cvsupernova.com/index.php/pe>
- Ratnaningtyas, H., Bilqis, L. D. R., & Swantari, A. (2022). Perencanaan Keuangan Pribadi Untuk Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 141–147. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v5i2.1770>
- Suci Martaningrat, N. W., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact of Financial Influencers, Social Influencers, and FOMO Economy on the Decision-Making of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Syafitri, A. A. (2024). Literasi Keuangan Sebagai Usaha Untuk Mencapai Financial Well Being: Sebuah Perspektif dari Generasi Z. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 9(1), 136–148. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v9i1.3975>
- Tajuddien, R., & Praditya, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Oonline Market Place. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 2(2), 180–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23169>
- Widanti Ramadhani, D., & Shasrini, T. (2023). Fenomena Konten #RACUNSHOPEE Dalam Platform TikTok Pada Perilaku Konsumtif Perempuan Kota Pekanbaru. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 5, 29–36. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/Telangke>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Identitas Responden

Nama	(Jawaban Isian)
Jenis Kelamin	a.) Perempuan
	b.) Laki-laki
Usia	a.) 21-23 Tahun
	b.) 24-26 Tahun
	c.) >26 Tahun
Pendidikan Terakhir	a.) Diploma (D1/D2/D3)
	b.) Sarjana (S1/S.Tr)
	c.) S2/S3
Status Pekerjaan	a.) Pegawai Tetap
	b.) Pegawai Kontrak
	c.) Wirausaha
	d.) Lainnya: (Jawaban Isian)
Lama bekerja setelah lulus	a.) 6-12 Bulan
	b.) >12 Bulan
Lokasi tempat kerja	a.) Jakarta Pusat
	b.) Jakarta Utara
	c.) Jakarta Barat
	d.) Jakarta Selatan
	e.) Jakarta Timur

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Variabel *Social Commerce* (X1)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering membeli produk melalui platform media sosial.					
2.	Saya merasa nyaman bertransaksi melalui fitur <i>e-commerce</i> di media sosial.					
3.	Informasi produk yang saya dapatkan dari media sosial mempengaruhi keputusan pembelian saya.					
4.	Saya lebih suka berbelanja melalui media sosial dibandingkan dengan situs <i>e-commerce</i> tradisional.					
5.	Saya merasa media sosial menawarkan lebih banyak pilihan produk dibandingkan toko fisik.					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Variabel *Influencer Marketing* (X2)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering mengikuti rekomendasi produk dari <i>influencer</i> yang saya ikuti di media sosial.					
2.	Pendapat <i>influencer</i> mempengaruhi keputusan saya dalam membeli suatu produk.					
3.	Saya merasa <i>influencer</i> memberikan ulasan produk yang jujur dan dapat dipercaya.					
4.	Saya lebih tertarik pada produk yang dipromosikan oleh <i>influencer</i> yang saya sukai.					
5.	Saya sering mencari ulasan produk dari <i>influencer</i> sebelum melakukan pembelian.					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa mampu mengelola keuangan pribadi saya dengan baik.					
2.	Saya sering membuat anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran saya.					
3.	Saya merasa penting untuk menabung sebagian dari pendapatan saya setiap bulan.					
4.	Saya sering mencatat pengeluaran harian saya untuk memantau keuangan.					
5.	Saya merasa yakin dengan keputusan keuangan yang saya buat.					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering membeli produk baru yang ada di media sosial.					
2.	Saya sering berbelanja mengikuti tren yang sedang populer, meskipun saya tidak memerlukan barang tersebut.					
3.	Saya biasanya membeli barang yang saya lihat di media sosial tanpa mempertimbangkan kualitas atau harga terlebih dahulu.					
4.	Saya merasa puas ketika memiliki barang yang sedang tren, meskipun itu melebihi anggaran belanja saya.					
5.	Saya sering membeli produk hanya karena banyak orang lain yang merekomendasikannya di media sosial, tanpa mempertimbangkan kebutuhan pribadi saya.					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner

No .	Social Commerce (X1)					Total X1	Influencer Marketing (X2)					Total X2	Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)					Total Z	Perilaku Konsumtif (Y)					Total Y
	SC 1	SC 2	SC 3	SC 4	SC 5		IM 1	IM 2	IM 3	IM 4	IM 5		PKP 1	PKP 2	PKP 3	PKP 4	PKP 5		PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	
1	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	3	20	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	5	24
2	5	4	3	3	4	19	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	5	22	5	5	4	5	4	23
3	4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	3	21	4	5	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
4	4	3	3	4	4	18	2	2	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	5	2	4	4	19
5	4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	5	18	4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	4	22
6	1	2	1	2	1	7	2	3	1	2	3	11	1	2	2	1	2	8	2	3	3	1	1	10
7	3	4	3	4	4	18	2	4	3	4	3	16	4	4	4	5	4	21	4	4	3	3	5	19
8	3	4	4	3	3	17	5	4	5	4	4	22	5	4	5	4	4	22	1	1	2	2	2	8
9	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22	3	5	4	5	4	21
10	3	3	3	2	4	15	3	3	4	4	3	17	3	4	5	4	3	19	4	3	4	4	4	19
11	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	4	22	3	5	5	4	4	21	5	3	4	5	5	22
12	4	4	5	3	4	20	4	3	4	4	5	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
13	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	4	22	4	3	4	4	4	19	5	5	4	4	4	22
14	3	4	5	4	4	20	3	4	4	5	4	20	4	4	5	5	5	23	5	4	3	4	5	21
15	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
16	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
17	5	5	5	5	5	25	5	3	3	4	4	19	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21
18	5	4	4	5	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	5	22
19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	1	1	2	2	2	8
20	4	5	4	5	3	21	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23
21	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23
22	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	5	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang menaunkumkan dan memperbarvak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk atau media apapun.

23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	4	3	5	5	4	21
24	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21	4	5	5	4	4	22
25	1	2	1	3	1	8	3	1	2	1	2	9	1	2	1	2	1	7	2	3	2	1	1	9
26	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
27	3	4	5	3	4	19	4	2	2	4	5	17	4	4	5	5	4	22	3	5	5	5	4	22
28	5	5	5	4	4	23	4	3	2	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	3	19
29	5	5	5	4	4	23	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	1	1	2	2	2	8
30	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	4	23
31	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22
32	4	5	5	5	4	23	5	4	3	4	4	20	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	4	22
33	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23	3	4	5	5	4	21	4	4	5	4	4	21
34	2	1	2	1	2	8	1	2	1	2	1	7	1	2	2	3	1	9	1	2	1	2	2	8
35	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	4	22	4	5	4	5	5	23
36	3	3	2	3	2	13	3	3	4	4	5	19	4	4	3	4	4	19	1	4	3	5	2	15
37	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
38	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	4	22	2	4	2	1	2	11	4	4	4	2	5	19
39	1	3	2	3	1	10	3	3	2	1	1	10	1	1	4	1	3	10	3	2	2	2	1	10
40	4	5	2	1	3	15	3	4	5	5	5	22	4	5	4	5	5	23	4	5	2	4	4	19
41	4	5	4	4	5	22	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	5	23
42	1	2	3	1	1	8	1	2	1	1	2	7	1	1	1	2	1	6	1	2	2	1	1	7
43	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22
44	5	4	4	3	3	19	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	22
45	4	4	4	4	4	20	3	5	5	4	5	22	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	5	21
46	1	1	1	2	1	6	1	1	1	1	1	5	1	1	1	2	1	6	1	1	2	2	2	8
47	4	5	5	5	5	24	5	4	2	4	4	19	3	5	4	5	2	19	4	5	5	3	4	21
48	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	4	22



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang menaunkumkan dan memberbarvak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun.

49	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	1	1	2	2	2	8
50	4	2	4	3	2	15	2	3	2	4	2	13	3	3	3	4	4	17	3	3	5	3	4	18
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20
52	4	5	5	5	5	24	5	4	3	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21
53	3	2	3	2	1	11	2	1	2	1	2	8	1	2	1	2	1	7	2	3	1	1	1	8
54	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
55	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23
56	5	4	4	5	5	23	5	3	3	4	4	19	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21
57	5	4	4	5	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	5	22
58	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22
59	4	5	4	5	3	21	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	5	23	5	5	5	3	5	23
60	4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
61	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
62	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	5	25	4	5	3	5	5	22	5	4	5	5	4	23
63	5	5	5	5	4	24	3	5	5	4	5	22	5	4	5	4	4	22	4	5	5	4	4	22
64	5	4	5	4	5	23	5	4	3	4	4	20	4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	5	23
65	4	5	5	4	5	23	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
66	3	4	5	3	4	19	4	2	2	4	5	17	4	4	5	5	4	22	3	5	5	5	4	22
67	5	5	5	4	4	23	4	3	2	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	3	19
68	5	4	4	5	5	23	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	4	23
70	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	5	23	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22
71	4	5	5	5	4	23	5	4	3	4	4	20	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	4	22
72	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23	3	4	5	5	4	21	4	4	5	4	4	21
73	5	4	4	5	5	23	1	2	1	1	2	7	1	1	2	3	1	8	2	1	2	3	1	9
74	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	4	22	4	5	4	5	5	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang menaunkumkan dan memberikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, dan lain-lain.

75	3	3	2	3	2	13	3	3	4	4	5	19	4	4	3	4	4	19	1	4	3	5	2	15
76	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
77	1	2	3	4	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
78	5	5	5	5	4	24	3	2	3	4	3	15	3	4	4	5	4	20	5	5	5	3	4	22
79	4	4	5	4	3	20	4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	3	22	4	5	4	5	4	22
80	5	5	4	4	2	20	3	2	1	2	3	11	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	2	17
81	5	5	4	5	4	23	5	4	4	5	3	21	4	5	4	5	3	21	4	5	5	4	4	22
82	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	4	21	2	4	4	5	4	19	4	5	5	4	4	22
83	5	4	5	5	4	23	4	3	4	5	4	20	5	4	4	5	4	22	4	3	5	5	5	22
84	5	4	5	5	4	23	4	3	3	4	4	18	4	5	5	5	5	24	5	5	4	4	5	23
85	5	5	5	5	4	24	4	4	3	4	3	18	4	5	5	5	5	24	5	5	4	4	4	22
86	5	5	5	5	5	25	5	3	3	4	4	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23
87	5	5	4	5	4	23	5	4	4	3	3	19	3	4	4	5	5	21	4	5	4	4	5	22
88	5	5	5	4	4	23	3	4	4	4	4	19	5	5	5	4	4	23	4	5	4	4	5	22
89	5	4	4	4	5	22	4	3	3	5	5	20	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	5	23
90	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	5	22
91	5	4	5	5	5	24	4	3	3	5	5	20	4	5	5	4	5	23	4	5	5	4	5	23
92	5	4	5	4	5	23	3	4	4	5	5	21	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	5	23
93	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	4	23	4	5	4	4	5	22
94	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24
95	5	4	5	5	5	24	3	4	4	5	5	21	4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22
96	5	4	5	4	4	22	4	5	4	4	4	21	5	5	4	5	4	23	4	5	4	4	4	21
97	4	4	5	4	4	21	4	5	3	5	5	22	4	5	5	5	4	23	4	5	4	4	4	21
98	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	4	21	5	5	4	5	5	24
99	5	5	4	5	5	24	4	5	4	5	5	23	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	5	24
100	5	5	5	5	5	25	4	5	3	4	4	20	4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22

NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penerjemahan, dan sebagainya.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menaunkumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun.

10	1	5	5	4	5	5	24	3	3	5	5	5	21	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	5	24
10	2	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	22	5	5	4	5	5	24
10	3	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22
10	4	5	4	4	4	4	21	4	3	3	5	5	20	4	5	5	5	5	24	5	5	4	4	5	23
10	5	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20	3	5	3	4	4	19	4	5	5	3	3	20
10	6	5	4	4	4	4	21	3	3	3	4	4	17	4	5	5	4	4	22	4	4	4	3	4	19
10	7	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
10	8	5	3	4	5	4	21	3	4	5	3	4	19	4	3	5	4	5	21	5	3	5	5	4	22
10	9	4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	5	23	3	4	5	4	5	21	5	4	3	4	4	20
11	0	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	3	21	5	4	5	4	5	23	3	5	4	4	4	20
11	1	5	3	5	5	4	22	4	3	5	4	5	21	2	2	2	1	2	9	4	3	5	3	5	20
11	2	4	5	4	3	4	20	5	4	5	4	4	22	4	5	3	4	5	21	5	4	3	5	4	21
11	3	4	3	4	5	3	19	5	4	5	4	4	22	4	3	4	5	4	20	3	4	4	5	4	20
11	4	1	2	1	2	1	7	5	4	4	5	5	23	2	2	2	1	2	9	2	3	2	1	1	9
11	5	5	5	4	3	4	21	3	4	5	4	5	21	3	4	5	4	3	19	5	4	5	5	4	23
11	6	4	4	5	3	4	20	4	5	4	5	5	23	3	4	5	4	3	19	5	3	5	5	4	22
11	7	5	3	4	5	3	20	5	3	4	5	3	20	2	2	2	1	2	9	3	4	4	4	5	20
11	8	5	4	5	4	3	21	5	4	3	4	4	20	4	3	5	5	4	21	3	5	4	5	5	22

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penerjemahan, dan sebagainya.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menaunkan dan memberikan hak sebagai atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk atau cara apapun.

11	9	5	3	4	5	4	21	1	2	1	1	2	7	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24
12	0	5	4	5	4	5	23	4	4	5	3	4	20	5	4	5	4	5	23	4	5	3	4	5	21
12	1	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22	2	2	2	1	2	9	5	3	3	5	4	20
12	2	4	5	3	4	5	21	5	4	5	4	4	22	3	4	5	4	5	21	4	5	4	5	5	23
12	3	5	3	4	5	4	21	5	3	4	5	5	22	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
12	4	5	3	4	3	5	20	5	3	5	5	4	22	4	5	4	5	4	22	5	4	4	5	4	22
12	5	5	4	5	4	3	21	4	5	4	5	4	22	4	3	4	5	4	20	4	5	5	5	5	24
12	6	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	3	21	4	5	3	4	5	21	5	4	3	4	4	20





Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Mean	Median	Scale min	Scale max	Standard deviation
Social Commerce (X1)	20.714	22.000	6.000	25.000	4.144
Influencer Marketing (X2)	19.913	21.000	5.000	25.000	4.063
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)	20.524	22.000	6.000	25.000	4.477
Perilaku Konsumtif (Y)	20.198	22.000	7.000	25.000	4.315

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Data

Hasil Uji Validitas Konvergen

	VARIABEL X1	VARIABEL X2	VARIABEL Y	VARIABEL Z
X1 1	0.863			
X1 2	0.795			
X1 3	0.833			
X1 4	0.814			
X1 5	0.858			
X2 1		0.766		
X2 2		0.776		
X2 3		0.812		
X2 4		0.883		
X2 5		0.805		
Y 1			0.829	
Y 2			0.810	
Y 3			0.821	
Y 4			0.804	
Y 5			0.887	
Z 1				0.883
Z 2				0.881
Z 3				0.863
Z 4				0.863
Z 5				0.876

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hasil Uji Validitas Diskriminan

	VARIABEL X1	VARIABEL X2	VARIABEL Y	VARIABEL Z
<i>Social Commerce</i> (X1)	0.833			
<i>Influencer Marketing</i> (X2)	0.595	0.809		
Perilaku Konsumtif (Y)	0.659	0.561	0.831	
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)	0.646	0.640	0.674	0.873

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
<i>Social Commerce (X1)</i>	0.890	0.919
<i>Influencer Marketing (X2)</i>	0.869	0.905
Perilaku Konsumtif (Y)	0.887	0.918
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)	0.922	0.941



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Hasil Uji Inner Model

Hasil Nilai *R-square*

	R-square	R-square adjusted
Perilaku Konsumtif (Y)	0.586	0.568





Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

Hasil *Path Coefficients*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O-STDEV)/STDEV)	P values
<i>Social Commerce (X1) -> Perilaku Konsumtif (Y)</i>	0.270	0.273	0.121	2.230	0.026
<i>Influencer Marketing (X2) -> Perilaku Konsumtif (Y)</i>	-0.024	-0.001	0.110	0.217	0.828

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hasil *Moderrated Regression Analysis* (MRA)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)* <i>Social Commerce</i> (X1) - > Perilaku Konsumtif (Y)	-0.022	-0.009	0.093	0.235	0.814
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Z)* <i>Influencer Marketing</i> (X2) - > Perilaku Konsumtif (Y)	-0.132	-0.143	0.096	1.377	0.169

Hak Cipta :

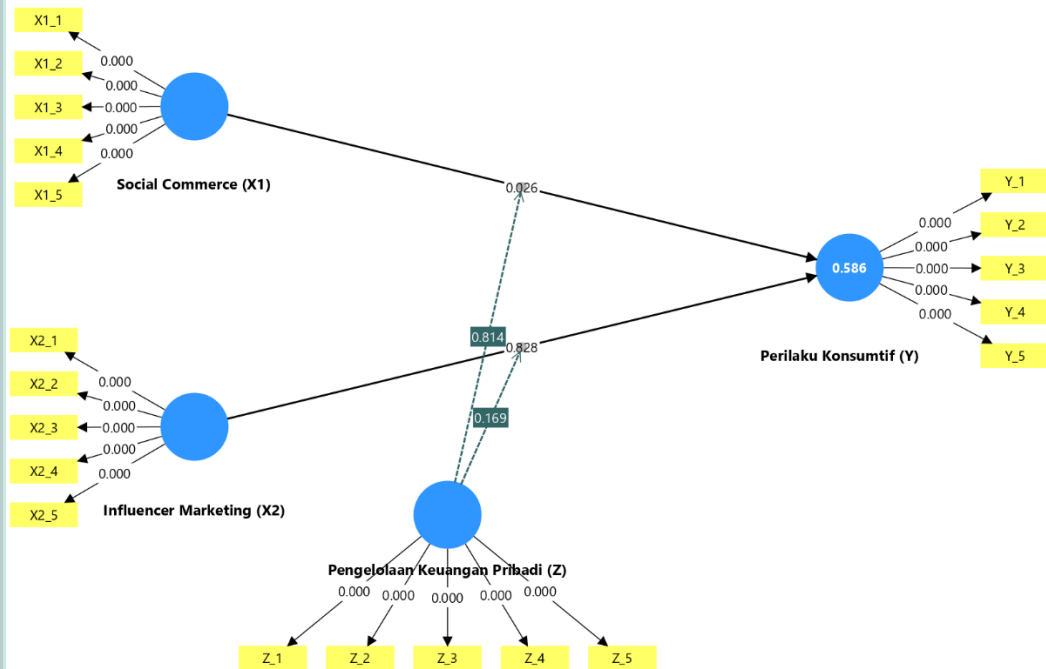
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 7 Hasil Bootstrapping SmartPLS 4

Hasil Bootstrapping



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA