

Pengaruh Pengendalian Diri, Literasi Keuangan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang *Preowned Import* sebagai Bentuk Pengelolaan Keuangan Mahasiswa di Wilayah Surakarta

Khoirunisa Fauziah¹, Ari Susanti²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Email: khoirunisafauziah11@gmail.com¹, santisties@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received January 18, 2026

Revised January 22, 2026

Accepted January 27, 2026

Keywords:

Self-Control, Financial Literacy, Price Perception, Purchasing Decision, *Preowned Import*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of self-control, financial literacy, and price perception on purchasing decisions of imported preowned products among university students in Surakarta. This research adopts a quantitative approach with an associative research design. Data were collected through offline questionnaires distributed to 100 students who had experience purchasing imported preowned products. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS 26. The results indicate that self-control, financial literacy, and price perception each have a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, these three variables also significantly influence purchasing decisions. These findings suggest that students' purchasing decisions are shaped by the interaction of psychological and economic factors. Therefore, strengthening self-control and financial literacy is essential to promote more rational and sustainable financial management among students.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received January 18, 2026

Revised January 22, 2026

Accepted January 27, 2026

Kata Kunci:

Pengendalian Diri, Literasi Keuangan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, *Preowned Import*

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian barang *preowned* impor pada mahasiswa di wilayah Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *offline* kepada 100 mahasiswa yang pernah melakukan pembelian barang *preowned* impor. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, ketiga variabel tersebut secara simultan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned* impor. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mahasiswa merupakan hasil interaksi antara faktor psikologis dan ekonomi. Oleh karena itu, peningkatan pengendalian diri dan literasi keuangan menjadi penting untuk mendorong pengelolaan keuangan mahasiswa yang lebih rasional dan berkelanjutan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Khoirunisa Fauziah
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
Email: khoirunisafauziah11@gmail.com

PENDAHULUAN

Wilayah Surakarta, sebagai sentra pendidikan tinggi dengan populasi mahasiswa sekitar 100.000 orang dari institusi seperti Universitas Sebelas Maret (UNS) dan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), mengalami peningkatan signifikan dalam fenomena pembelian barang preowned (*preloved*) atau produk impor. Observasi lapangan serta data dari platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia menunjukkan bahwa mahasiswa sering memilih pakaian bekas, perangkat elektronik impor, atau aksesoris *second-hand* sebagai opsi penghematan biaya.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang pesat, perilaku konsumen mahasiswa telah mengalami perubahan signifikan, terutama dalam pengelolaan keuangan pribadi. Salah satu fenomena yang menonjol adalah meningkatnya kecenderungan mahasiswa untuk membeli barang preowned import sebagai alternatif penghematan, didorong oleh keterbatasan pendapatan dan akses mudah melalui platform *e-commerce* seperti Shopee atau Tokopedia. Di wilayah Surakarta, yang merupakan pusat pendidikan tinggi di Indonesia dengan populasi mahasiswa yang tinggi, fenomena ini tercermin dalam survei (Bank Indonesia, 2022) yang menunjukkan bahwa sekitar 40% mahasiswa di kota-kota besar seperti Surakarta lebih memilih barang bekas untuk mengatasi inflasi dan biaya hidup yang meningkat.

Pengendalian diri, sebagai kemampuan individu untuk mengatur impuls dan perilaku guna mencapai tujuan jangka panjang, menjadi faktor kunci dalam konteks ini. (Baumeister et al., 2020) mendefinisikan pengendalian diri sebagai sumber daya terbatas yang memungkinkan seseorang menahan godaan konsumsi impulsif, seperti pembelian barang preowned yang mungkin tidak sesuai dengan anggaran. Penelitian (Hofmann et al., 2023) menunjukkan bahwa di era digital, pengendalian diri mahasiswa sering kali terganggu oleh iklan online, sehingga meningkatkan risiko *overspending*.

Selain itu, literasi keuangan memainkan peran penting dalam membekali mahasiswa dengan pengetahuan untuk membuat keputusan yang rasional. (Lusardi & Mitchell, 2019) menggambarkan literasi keuangan sebagai kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri dalam mengelola aspek keuangan seperti anggaran dan risiko. Laporan (OECD, 2022) menekankan bahwa literasi keuangan yang rendah di kalangan generasi muda berkontribusi pada keputusan pembelian yang kurang bijak, termasuk pembelian barang preowned tanpa evaluasi nilai jangka panjang. Di Surakarta, fenomena ini terlihat dalam studi (Kaiser & Menkhoff, 2023), yang menemukan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu mengintegrasikan pembelian preowned sebagai strategi penghematan berkelanjutan, mengurangi ketergantungan pada utang.

Persepsi harga juga turut membentuk keputusan pembelian, di mana konsumen mengevaluasi nilai produk berdasarkan harga yang dipandang. (Zeithaml, 2021) menjelaskan persepsi harga sebagai proses kognitif yang melibatkan perbandingan antara biaya dan manfaat, sering kali dipengaruhi oleh diskon atau citra "murah" pada barang import. Raghubir dan (Morwitz, 2023) menambahkan bahwa persepsi harga yang positif dapat mendorong pembelian impulsif, terutama di platform digital. Fenomena ini relevan dengan mahasiswa Surakarta, seperti yang diungkapkan dalam penelitian (Choi & Park, 2024), di mana persepsi harga barang preowned sebagai "nilai lebih" mendorong pengelolaan keuangan yang kreatif, namun dapat berisiko jika tidak disertai evaluasi kualitas dan asal barang.

Secara keseluruhan, keputusan pembelian barang preowned import sebagai bentuk pengelolaan keuangan mahasiswa di Surakarta dipengaruhi oleh interaksi antara pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga. (Engel et al., 2020) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai proses evaluasi alternatif yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, sementara (Verhoef et al., 2022) menyoroti peran teknologi dalam mempercepat proses ini. Fenomena ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana mahasiswa dapat mengoptimalkan pengelolaan keuangan mereka, mengingat potensi dampak positif seperti penghematan dan negatif seperti akumulasi utang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat memberikan rekomendasi bagi pendidikan keuangan di lingkungan kampus.

Secara nasional, kecenderungan pembelian barang preowned atau produk impor di kalangan mahasiswa Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan ekspansi e-commerce, dengan nilai transaksi tahunan mencapai Rp 50 triliun (Kemenkominfo, 2023). (Bank Indonesia, 2022) mencatat bahwa indeks literasi keuangan nasional berada pada tingkat 38%, dengan kelompok mahasiswa menempati posisi terendah. Evaluasi harga yang terpengaruh oleh kampanye promosi daring sering kali memicu keputusan pembelian impulsif, khususnya selama periode pandemi yang mempercepat adopsi ekonomi kolaboratif. Di Indonesia, defisiensi pengendalian diri pada generasi muda berkontribusi terhadap permasalahan finansial seperti overkredit atau akumulasi utang konsumtif, sebagaimana tercermin dalam survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) yang mengungkapkan bahwa 60% mahasiswa memiliki beban utang kartu kredit. Surakarta, sebagai contoh representatif kota pendidikan, menunjukkan pola perilaku serupa, di mana pembelian preowned atau produk impor berfungsi sebagai strategi alternatif pengelolaan keuangan, namun sering kali tidak efektif akibat faktor psikologis dan keterbatasan pengetahuan.

METODE PENELITIAN

Menurut (Sugiyono, 2022), objek penelitian merupakan hal yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hal tersebut, objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian barang *preowned* impor oleh mahasiswa di wilayah Surakarta, yang dipengaruhi oleh pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Creswell & Creswell, 2022), pendekatan kuantitatif menggunakan data berbentuk angka yang dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat

antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2021).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei lapangan dengan menyebarkan kuesioner secara *offline* kepada mahasiswa yang melakukan pembelian barang *preowned* impor di wilayah Surakarta (Creswell & Creswell, 2022). Data sekunder diperoleh dari sumber yang telah dipublikasikan, seperti Survei Nasional Literasi Keuangan Bank Indonesia serta data universitas di Surakarta (Sekaran & Bougie, 2020).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang melakukan pembelian barang *preowned* impor di wilayah Surakarta tahun 2023, dengan estimasi jumlah mahasiswa aktif sebanyak 50.000 orang berdasarkan data Dinas Pendidikan Jawa Tengah (2023). Penentuan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2021), dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2021). Kriteria sampel meliputi mahasiswa yang aktif membeli barang *preowned* impor di Surakarta dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Statistik deskriptif disajikan melalui nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi, tanpa melakukan pengujian hubungan antar variabel (Sugiyono, 2020).

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
Pengendalian Diri (X1)	24,55	3,664	100
Literasi Keuangan (X2)	16,54	2,956	100
Persepsi Harga (X3)	16,80	2,659	100
Keputusan Pembelian (Y)	20,58	3,172	100

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden menunjukkan tingkat pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga yang relatif baik dalam proses pengambilan keputusan pembelian barang *preowned import*.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, dengan membandingkan nilai *r hitung* terhadap *r tabel* pada taraf signifikansi 0,05 (Ghozali, 2021). Dengan jumlah responden sebanyak 100, diperoleh nilai *r tabel* sebesar 0,195.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Pengendalian Diri

Item	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
X1.1	0,411	0,195	0,000	Valid
X1.2	0,766	0,195	0,000	Valid
X1.3	0,746	0,195	0,000	Valid
X1.4	0,786	0,195	0,000	Valid
X1.5	0,783	0,195	0,000	Valid
X1.6	0,793	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Item	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
X2.1	0,886	0,195	0,000	Valid
X2.2	0,848	0,195	0,000	Valid
X2.3	0,850	0,195	0,000	Valid
X2.4	0,852	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga

Item	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
X3.1	0,794	0,195	0,000	Valid
X3.2	0,85	0,195	0,000	Valid
X3.3	0,804	0,195	0,000	Valid
X3.4	0,78	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan
Y1.1	0,783	0,195	0,000	Valid
Y1.2	0,806	0,195	0,000	Valid
Y1.3	0,822	0,195	0,000	Valid
Y1.4	0,804	0,195	0,000	Valid
Y1.5	0,759	0,195	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2021).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria
Pengendalian Diri (X1)	6	0,798	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	4	0,881	Reliabel
Persepsi Harga (X3)	4	0,821	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,848	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* terhadap residual terstandarisasi.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Kesimpulan
0,213	> 0,05	Data berdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengendalian Diri (X1)	0,308	3,252	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Keuangan (X2)	0,362	2,764	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Harga (X3)	0,464	2,155	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan **uji Glejser**, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
Pengendalian Diri (X1)	0,773	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Literasi Keuangan (X2)	0,430	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Harga (X3)	0,566	> 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Pengendalian Diri (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian Barang *Preowned Import* (Y). Penggunaan regresi linear berganda bertujuan untuk melihat arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam satu model analisis (Gujarati & Porter, 2009).

Model regresi dalam penelitian ini disusun sesuai dengan persamaan regresi yang telah dijelaskan pada Bab III, yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error
Konstanta	18,740	2,293
Pengendalian Diri (X1)	0,415	0,159
Literasi Keuangan (X2)	0,532	0,181
Persepsi Harga (X3)	0,412	0,178

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai konstanta sebesar 18,740 menunjukkan bahwa apabila variabel pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai keputusan pembelian berada pada angka tersebut. Koefisien regresi pada masing-masing variabel independen bernilai positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga cenderung diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian barang *preowned import*.

Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen memiliki arah hubungan yang sejalan dengan keputusan pembelian, sehingga secara teoritis dapat dijelaskan bahwa semakin

2488 | Inovasi Multidisipliner untuk Respon Tantangan Kontemporer

baik pengendalian diri, pemahaman keuangan, serta persepsi terhadap harga, maka keputusan pembelian mahasiswa menjadi semakin rasional dan terkontrol (Ghozali, 2021).

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi hasil uji t dengan tingkat signifikansi sebesar **0,05**, sebagaimana telah dijelaskan pada Bab III. Menurut (Ghozali, 2021), suatu variabel independen dinyatakan berpengaruh secara parsial apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t Hitung	Sig.	Keterangan
Pengendalian Diri (X1)	2,610	0,010	Berpengaruh signifikan
Literasi Keuangan (X2)	2,939	0,004	Berpengaruh signifikan
Persepsi Harga (X3)	2,315	0,023	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Berdasarkan hasil uji t, variabel pengendalian diri memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara konseptual, mahasiswa yang memiliki kemampuan pengendalian diri yang baik cenderung mampu menahan dorongan konsumtif dan lebih selektif dalam mengambil keputusan pembelian.

Variabel literasi keuangan juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004, yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang baik mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan aspek anggaran, risiko, dan manfaat sebelum melakukan pembelian barang *preowned import*.

Selanjutnya, variabel persepsi harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,023, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dan nilai yang diperoleh sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, khususnya pada barang *preowned import*.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi uji F, di mana model dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2021).

Tabel 12. Hasil Uji F

F Hitung	Sig.	Kesimpulan
8,206	0,000	Model signifikan

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mahasiswa tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi faktor psikologis dan ekonomi yang saling berkaitan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Adjusted R Square*, karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dalam model (Gujarati & Porter, 2009).

Tabel 13. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,452	0,204	0,179

Sumber: Data primer diolah, SPSS 26 (2026)

Nilai **Adjusted R Square sebesar 0,179** menunjukkan bahwa sebesar **17,9%** variasi keputusan pembelian barang *preowned import* dapat dijelaskan oleh variabel pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga. Sementara itu, sebesar **82,1%** variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti faktor sosial, promosi, preferensi merek, dan kondisi lingkungan yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pengaruh Pengendalian Diri terhadap Keputusan Pembelian Barang *Preowned Import*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import* pada mahasiswa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,010, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat pengendalian diri yang baik cenderung mampu mengelola dorongan konsumtif dan mempertimbangkan kebutuhan secara lebih rasional sebelum melakukan pembelian. Dalam konteks pembelian barang *preowned import*, pengendalian diri berperan penting karena mahasiswa dihadapkan pada berbagai godaan harga murah, tren fesyen, serta promosi yang dapat mendorong perilaku pembelian impulsif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *self-control* yang menyatakan bahwa individu dengan kemampuan pengendalian diri yang baik mampu mengarahkan perilakunya sesuai dengan tujuan jangka panjang dan menghindari keputusan yang merugikan secara finansial (Baumeister & Vohs, 2007). Selain itu, dimensi pengendalian diri yang diukur melalui *Multidimensional Self-Control Scale (MSCS)*, seperti *impulse control* dan *delay of gratification*, relevan dalam menjelaskan bagaimana mahasiswa menunda kepuasan sesaat demi menjaga kondisi keuangannya.

Dengan demikian, pengendalian diri menjadi faktor psikologis yang berperan dalam membentuk keputusan pembelian mahasiswa, khususnya dalam memilih produk *preowned import* sebagai alternatif konsumsi yang lebih terjangkau.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian Barang *Preowned Import*

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,004. Nilai ini lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pembelian diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami konsekuensi finansial dari keputusan konsumsi yang diambil. Literasi keuangan membantu mahasiswa dalam mengelola anggaran, memahami nilai uang, serta mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung pandangan (Lusardi & Mitchell, 2014) yang menyatakan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik akan menunjukkan perilaku keuangan yang lebih bijaksana, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi. Dalam konteks barang *preowned import*, mahasiswa yang memahami konsep nilai, risiko kualitas barang, serta keterbatasan anggaran cenderung melakukan evaluasi yang lebih matang sebelum membeli.

Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai faktor kognitif yang membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian yang lebih rasional dan sesuai dengan kemampuan finansialnya.

Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Barang *Preowned Import*

Berdasarkan hasil uji t, variabel persepsi harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,023. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap harga memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan pembelian.

Persepsi harga tidak hanya berkaitan dengan nominal harga, tetapi juga mencakup penilaian terhadap kesesuaian antara harga dan kualitas, serta nilai yang dirasakan dari produk yang dibeli. Mahasiswa cenderung menilai barang *preowned import* sebagai pilihan yang memberikan nilai lebih, terutama ketika harga dianggap sebanding dengan kualitas dan merek produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *perceived value* yang dikemukakan oleh Zeithaml (1988), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh evaluasi konsumen terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Dalam konteks mahasiswa, persepsi harga yang positif terhadap barang *preowned import* mendorong terbentuknya keputusan pembelian karena produk tersebut dianggap lebih ekonomis dibandingkan barang baru.

Dengan demikian, persepsi harga menjadi faktor ekonomi yang memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa dalam memilih barang *preowned import*.

Pembahasan Hasil Uji Simultan Pengendalian Diri, Literasi Keuangan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mahasiswa tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara faktor psikologis dan ekonomi. Pengendalian diri membantu mahasiswa dalam mengontrol dorongan konsumsi, literasi keuangan memberikan pemahaman dalam mengelola keuangan, sedangkan persepsi harga memengaruhi penilaian terhadap nilai produk.

Hasil ini menguatkan pandangan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa merupakan proses kompleks yang melibatkan pertimbangan rasional dan emosional secara bersamaan. Oleh karena itu, keputusan pembelian barang *preowned import* dapat dipahami sebagai bentuk strategi mahasiswa dalam menyeimbangkan kebutuhan konsumsi dengan keterbatasan sumber daya keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import* pada mahasiswa di wilayah Surakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan konsumsi serta mempertimbangkan tujuan keuangan jangka panjang berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian yang lebih rasional dan terkontrol.

Selain itu, literasi keuangan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih bijaksana dalam mengelola anggaran, mempertimbangkan risiko, serta mengevaluasi manfaat sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor penting yang mendukung pengambilan keputusan konsumsi yang sesuai dengan kemampuan finansial mahasiswa.

Selanjutnya, persepsi harga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan tingkat keterjangkauan harga, tetapi juga menilai kesesuaian antara harga dengan kualitas serta nilai yang diperoleh dari produk yang dibeli. Persepsi harga yang positif mendorong mahasiswa untuk memilih barang *preowned import* sebagai alternatif konsumsi yang dinilai lebih ekonomis dibandingkan produk baru.

Secara simultan, pengendalian diri, literasi keuangan, dan persepsi harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian barang *preowned import*. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan pembelian mahasiswa merupakan hasil dari kombinasi antara faktor psikologis dan faktor ekonomi yang saling berkaitan. Oleh karena itu, keputusan pembelian tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan sebagai proses yang melibatkan berbagai pertimbangan secara bersamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 351–355.
- Choi, Y., & Park, J. (2024). Price perception and perceived value in second-hand product consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(1), 45–59.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Consumer behavior* (13th ed.). Cengage Learning.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hofmann, W., Reinecke, L., & Meier, A. (2023). Digital temptation and self-control failure. *Journal of Behavioral Decision Making*, 36(1), 12–26.
- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2023). Financial education and financial behavior. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 205, 205–223.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Laporan perkembangan ekonomi digital Indonesia*. Jakarta: Kemenkominfo.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- OECD. (2022). *OECD/INFE international survey of adult financial literacy*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan tahunan OJK 2023*. Jakarta: OJK.
- Raghubir, P., & Morwitz, V. G. (2023). Price promotions and consumer perception. *Journal of Marketing Research*, 60(1), 34–50.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.