

PENGARUH LIFE STYLE, SELF CONTROL, PENGGUNAAN E-MONEY DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MELAKUKAN ONLINE SHOPPING

THE INFLUENCE OF LIFE STYLE, SELF CONTROL, USE OF E-MONEY AND FINANCIAL LITERACY ON STUDENTS' CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN ONLINE SHOPPING

Eko Wardoyo¹, Heri Mahyuzar²

Universitas Putra Bangsa^{1,2}

ekogagahpol27@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi barang dan jasa secara berlebihan dan tidak terencana, bahkan mungkin tidak dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh life style, self control, penggunaan e-money dan Financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melakukan online shopping. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya hidup (Life Style) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan online shopping. Kontrol diri (Self Control) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan online shopping. Penggunaan e-money secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan online shopping. Literasi keuangan (Financial Literacy) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan online shopping. Sedangkan Gaya hidup (Life Style), Kontrol diri (Self Control), Penggunaan e-money dan literasi keuangan (Financial Literacy) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan online shopping.

Kata Kunci: Life Style, Self Control, E-Money; Financial Literacy, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Consumptive behavior is the activity of consuming goods and services excessively and unplanned, perhaps not even needed in daily life. This research aims to determine the influence of life style, self-control, use of e-money and financial literacy on the consumer behavior of students doing online shopping. The sampling technique in this research used purposive sampling. The research sample consisted of 100 respondents who were students. Data collection uses questionnaires or questionnaires. Data analysis used multiple linear regression using the SPSS 25.0 program. The research results show that lifestyle partially has a significant positive effect on students' consumptive behavior in online shopping. Self-control partially has a significant negative effect on students' consumptive behavior in online shopping. Partial use of e-money has no effect on students' consumptive behavior in online shopping. Financial literacy partially has no effect on students' consumptive behavior in doing online shopping. Meanwhile, lifestyle, self-control, use of e-money and financial literacy simultaneously influence students' consumptive behavior in online shopping.

Keywords: Life Style, Self-Control, E-Money, Financial Literacy, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, belanja *online* telah menjadi tren yang semakin populer di kalangan

mahasiswa. Hal tersebut terjadi karena berbagai alasan yang mencerminkan perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup, dan kebutuhan praktis. Belanja

online menjadi tren yang begitu diminati dikalangan mahasiswa karena kemudahan aksesibilitas, waktu yang fleksibel, ketersediaan produk yang luas, penawaran dan diskon yang menarik serta kemudahan pembayaran. Oleh karena itu, Mahasiswa seringkali tergoda untuk melakukan pembelian secara impulsif atau berlebihan di platform *e-commerce*.

Kegiatan pembelian secara *online* yang dilakukan mahasiswa tersebut akan menjadi suatu masalah apabila seseorang lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan yang dapat mendorong seseorang berperilaku konsumtif (Sudaryati, 2023). Perilaku konsumtif merupakan tindakan atau sikap seseorang dalam menggunakan sumber daya ekonomi (uang) yang tidak dilandaskan pada perencanaan terkait kesejahteraan dimasa depan (Ngampus, 2023). Perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian yang berdasar pada keinginan dan dilakukan guna mencapai kepuasan diri (Anggraini, 2023).

Salah satu faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa melakukan *online shopping* dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola perilaku, kebiasaan, dan preferensi konsumsi yang dimiliki oleh individu atau kelompok. Adanya perkembangan *smartphone*, sosial media dan *e-commerce* membuat masyarakat secara boros membeli barang dan jasa untuk pemenuhan gaya hidup (Mengga, 2023). Mahasiswa sering sekali terpapar oleh tren gaya hidup yang dipromosikan melalui media sosial dan internet, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka. Penelitian oleh Aznar et al. (2020) menunjukkan bahwa gaya hidup yang dipengaruhi oleh media sosial secara signifikan memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*.

Selanjutnya, perilaku konsumtif mahasiswa juga dipengaruhi oleh kontrol diri (*Self Control*). Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menahan diri dari dorongan atau keinginan untuk berbuat

sesuatu yang mungkin berdampak negatif dalam jangka panjang. Kurangnya kontrol diri dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif yang tidak direncanakan. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan diri dari melakukan pembelian impulsif atau berlebihan yang tidak direncanakan. Mereka lebih mampu mengendalikan keinginan sesaat untuk membeli barang atau layanan yang sebenarnya tidak mereka butuhkan atau tidak masuk akal secara finansial. Penelitian oleh Wang dan Yang (2019) menunjukkan bahwa kontrol diri yang efektif dapat membantu mahasiswa mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama dalam konteks belanja *online*.

Perilaku konsumtif mahasiswa tidak terlepas dari penggunaan *e-money*. Penggunaan *e-money* atau uang elektronik telah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, terutama dalam konteks belanja *online*. Meskipun *e-money* memfasilitasi transaksi yang cepat dan efisien, penggunaannya yang tidak terkontrol dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Studi oleh Cheng dan Liu (2021) menemukan bahwa penggunaan *e-money* yang berlebihan dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif mahasiswa, terutama jika mereka tidak memiliki kesadaran yang cukup tentang pentingnya mengelola keuangan secara bijaksana.

Tingkat literasi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman tentang konsep-konsep keuangan yang penting untuk mengambil keputusan keuangan yang cerdas. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat membuat mahasiswa kurang mampu mengenali dan mengelola risiko keuangan yang terkait dengan belanja *online*. Studi oleh Lusardi dan Mitchell (2017) menegaskan bahwa literasi

keuangan yang tinggi dapat membantu mahasiswa mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan dan mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

Dalam konteks belanja *online*, mahasiswa memiliki kecenderungan melakukan pemborosan dalam melakukan pembelian barang dan jasa untuk memenuhi gaya hidupnya. Mahasiswa juga memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah, ketidakmampuan mengelola keuangan pribadi dengan baik dan penggunaan *e-money* yang berlebihan.

Penelitian ini didasari oleh penelitian Ratih Dewi Titisari Haryana (2020) yang berjudul “Pengaruh *Life Style, Self Control Dan Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Life Style, Self Control Dan Financial Literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Surabaya khususnya wilayah Surabaya timur. Penelitian tersebut menyadari bahwa *Life Style, Self Control Dan Financial Literacy* memiliki kontribusi yang sangat sedikit terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karenanya, penelitian tersebut merekomendasikan untuk menggunakan faktor lainnya yang diprediksi dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang “Pengaruh *Life Style, Self Control, Penggunaan e-Money Dan Financial Literacy* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping”. Kebaruan dari penelitian ini diantaranya, subjek penelitian merupakan mahasiswa perguruan tinggi yang ada di Kebumen. Kemudian, Peneliti juga menambahkan faktor lain yaitu penggunaan *e-money* yang diprediksi mampu mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa di Kebumen.

KAJIAN PUSTAKA

Life Style

Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas rutin yang dilakukan (Gunawan et al., 2020). Gaya hidup dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal seperti kepribadian keluarga, status sosial dan sebagainya. Gaya hidup adalah sebuah perilaku yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mengisi kegiatan kesehariannya, dengan mempertimbangkan keadaan dirinya, lingkungannya, opininya, minatnya dan kepeduliannya yang dilakukan secara rutin, sehingga mempengaruhi kehidupan yang dijalani (Riyanto, 2024).

Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang tentang bagaimana seseorang mampu mengalokasikan waktu maupun dalam hal membelanjakan uangnya dengan baik (Haryana, 2020).

Self Control

Kontrol diri adalah kemampuan untuk menahan perilaku seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Kontrol diri menunjukkan bahwa sebelum bertindak, seseorang menimbang apa yang baik dan benar dalam situasi tersebut (Rakhman, 2023). Menurut Averill (1973), kontrol diri adalah sifat psikologis yang mencakup kemampuan seseorang untuk mengubah perilaku dan memutuskan tindakan yang dia yakini dengan kuat. Berdasarkan penelitian Tangney et al., (2004) disiplin diri, tidak bertindak impulsif, kebiasaan sehat, etos kerja, dan dapat diandalkan adalah lima tanda pengendalian diri.

E-Money

Nilai uang elektronik disimpan dalam media elektronik tertentu, menjadikannya sebagai komoditas finansial yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran (Rakhman, 2023). Nilai uang dimasukkan ke dalam nilai uang di media elektronik. Uang elektronik didefinisikan

sebagai sejenis alat pembayaran elektronik yang dapat diperoleh dengan cara menyetorkan sejumlah uang terlebih dahulu kepada penerbit atau oleh mendebet rekening bank. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017) terdapat tiga indikator electronic money yaitu manfaat dan keuntungan, kemudahan, dan kepercayaan.

Financial Literacy

Literasi keuangan diartikan sebagai suatu keharusan yang harus dimiliki oleh setiap individu agar dapat terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan mencakup pengetahuan dan pemahaman individu dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan masa depan. Literasi keuangan menjadi sangat krusial untuk masyarakat, sebab kurangnya literasi keuangan dapat mengakibatkan perencanaan keuangan yang tidak tepat, berpotensi mempengaruhi pencapaian kesejahteraan di masa pensiun atau usia tua (Angelista, 2024). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK/07/2016 mendefinisikan literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill) dan keyakinan (confidence) yang memengaruhi sikap dan tindakan, dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan mengelola aset mereka, dengan akhirnya mencapai kesejahteraan (OJK, 2018). Literasi keuangan memiliki beberapa indikator yang harus dikuasai. Beberapa dari indikator tersebut meliputi pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi Chen and Volpe (Hidayat, 2020).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan).

Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistic, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata (Pulungan, 2024). Konsumtif Kebiasaan dalam membeli barang atau menggunakan jasa tanpa mempertimbangkan secara rasional apakah barang atau jasa tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak merupakan perilaku konsumtif. Orang yang memiliki perilaku konsumtif biasanya lebih memilih memenuhi keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya (Purwanto, 2019). Memotivasi diri sendiri, merasa nyaman dengan diri sendiri, belajar dari observasi dan pengalaman, memiliki konsep diri yang positif, dan menjalani gaya hidup aktif adalah variabel internal yang mempengaruhi cara seseorang mengkonsumsi. Budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan demografi merupakan kekuatan luar yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi seseorang. Menurut pembenaran ini, perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan yang melibatkan konsumsi makanan yang berlebihan karena tidak memiliki prioritas yang lebih tinggi dalam hidup daripada memuaskan keinginan untuk memperoleh sesuatu yang bukan merupakan kebutuhan. Meskipun sisi luar konsumsi dilihat melalui lingkungan, media sosial, dan budaya, sisi internal konsumsi dilihat melalui konsep diri, gaya hidup, literasi keuangan, kepribadian, dan motivasi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Jenis data menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan secara *online*. Penyebaran kuesioner diukur

menggunakan skala likert. Skala liker digunakan untuk menguji tingkat kesetujuan responden terhadap sesuatu yang ditanyakan (Riyanto, 2024). Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan tersebut berupa pemilihan jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Populasi penelitian ini merupakan semua mahasiswa di perguruan tinggi yang ada di kabupaten kebumen. Jumlah mahasiswa yang menjadi populasi tersebut tidak diketahui pasti sehingga disebut sebagai populasi infinite (Tak terhingga). Menurut Haryana (2020), pengambilan sampel dapat dilakukan dengan cara menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{([Z\alpha])^2 \times (pq)}{d^2}$$

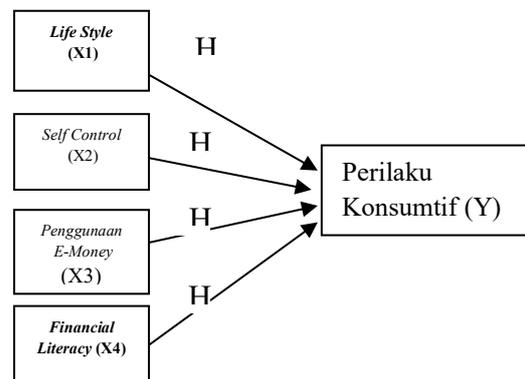
Dimana:

- n = Besar sampel
- p = Estimator proporsi populasi (jika tidak diketahui dianggap 50% = 0,5)
- q = 1-p (100% - p)
- Zα² = Harga kurva normal yang tergantung dari alpha (Zα0.05 = 1,96)
- d = Toleransi kesalahan yang dipilih, menggunakan batas kesalahan sebesar 10% (d = 0.1) yang berarti tingkat akurasi sebesar 90%.

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden. Peneliti melakukan pembulan sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang dipilih harus memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Tahapan yang dilalui meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel

independen terhadap dependen (Sugiono, 2017).

Adapun kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan Gambar 1. Kerangka Penelitian diatas, dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁ = *Life Style* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.
- H₂ = *Self Control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.
- H₃ = Penggunaan *E-Money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.
- H₄ = *Financial Literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Jika r-Hitung > r-Tabel atau Sig < 0,05 maka item pernyataan dikatakan valid. Sebaliknya, Jika r-Hitung < r-Tabel atau Sig > 0,05 maka item pernyataan dikatakan tidak valid. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabl berikut ini:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Varia bel	Instr umen	r- hitung	r- tabel	Signi fikan	Ket
<i>Life Style (X1)</i>	X1.1	0.553	0.165	0.000	Valid
	X1.2	0.335	0.165	0.001	Valid

Self Control (X2)	X2.1	0.884	0.165	0.000	Valid
	X2.2	0.882	0.165	0.000	Valid
E-Money (X3)	X3.1	0.922	0.165	0.000	Valid
	X3.2	0.843	0.165	0.000	Valid
	X3.3	0.874	0.165	0.000	Valid
Financial Literacy (X4)	X4.1	0.864	0.165	0.000	Valid
	X4.2	0.795	0.165	0.000	Valid
	X4.3	0.790	0.165	0.000	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.828	0.165	0.000	Valid
	Y2	0.686	0.165	0.000	Valid

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa nilai r-hitung dari setiap item pertanyaan lebih besar dari r-tabel atau signifikan lebih kecil dari 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Jika nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka item pernyataan dikatakan reliabel. Sebaliknya, Jika nilai Cronbach Alpha < 0,6 maka item pernyataan dikatakan tidak reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabl berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

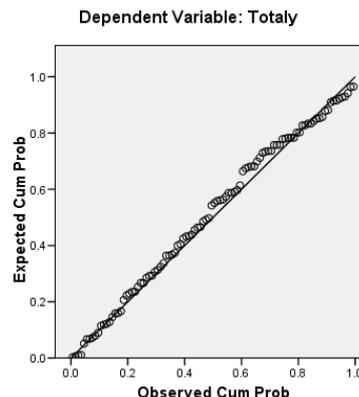
Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Life Style (X1)	0.630	Reliabel
Self Control (X2)	0.712	Reliabel
E-Money (X3)	0.853	Reliabel
Financial Literacy (X4)	0.748	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.666	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha setiap item pertanyaan lebih besar dari > 0,6 Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2012), model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting titik-titik data yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat titik-titik data mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2011), tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi jika nilai *tolerance* > 0,010 dan nilai VIF < 10. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	3,617	1,407		2,571	,012			
Totalk1	,286	,134	,200	2,132	,036	,771	1,296	
Totalk2	,574	,109	,490	5,249	,000	,776	1,289	
Totalk3	,001	,072	,001	,012	,990	,844	1,184	
Totalk4	,126	,091	,123	1,374	,173	,843	1,186	

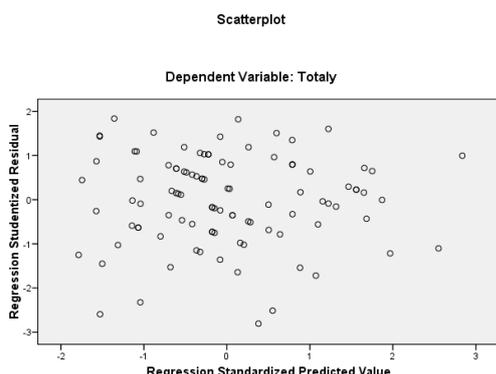
a. Dependent Variable: Totally

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* setiap variabel > 0.010 dan nilai VIF setiap variabel < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas

Menurut Imam Ghozali (2011), tidak terjadi heteroskedasitas jika tidak ada pola yang jelas (Tidak bergelombang, tidak melebar, tidak menyempit) pada gambar scatterplot serta titik-titik menyebar diatas

dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Gambar scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2 Scatterplot

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat titik-titik tidak membentuk pola dan titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedasitas.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3,61	1,407		2,571	,012
Totalx1	,7	,134	,200	2,132	,036
Totalx2	,286	,109	-,490	-5,249	,000
Totalx3	,574	,072	,001	,012	,990
Totalx4	,001	,091	,123	1,374	,173

a. Dependent Variable: Totaly

Berdasarkan Tabel 4, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis pertama menerangkan bahwa signifikansi variabel life style (X1) senilai 0.036 dan t-hitung senilai 2.132 > dari t-tabel yaitu 1.661. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh life style (X1) terhadap perilaku konsumtif. Nilai t yang positif menunjukkan keterkaitan yang searah.
- 2) Hipotesis kedua menerangkan bahwa signifikansi self control (X2) senilai 0.000 dan t-hitung senilai -5.249 < dari t-tabel yaitu 1.661. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

self control (X2) terhadap perilaku konsumtif. Nilai t yang negatif menunjukkan keterkaitan yang berlawanan arah.

- 3) Hipotesis ketiga menerangkan bahwa signifikansi e-money (X3) senilai 0.990 dan t-hitung senilai 0.012 < dari t-tabel yaitu 1.661. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-money (X3) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- 4) Hipotesis keempat menerangkan bahwa signifikansi financial literacy (X4) senilai 0.173 dan t-hitung senilai 1.374 < dari t-tabel yaitu 1.661. Maka dapat disimpulkan bahwa financial literacy (X4) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh semua variabel life style, self control, e-money dan financial literacy secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja online. Menurut Imam Ghazali (2011), jika nilai sign < 0,05 maka artinya variabel X secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172,913	4	43,228	13,166	,000 ^b
	Residual	311,927	95	3,283		
	Total	484,840	99			

a. Predictors: (Constant), Totalx4, Totalx2, Totalx3, Totalx1

b. Dependent Variable: Totaly

Berdasarkan tabel 5 hasil Uji F dapat dilihat nilai signifikan sebesar 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa life style, self control, e-money dan financial literacy secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja online.

Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Sugiyono (2016), Koefisien determinasi yang dilambangkan

R^2 adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Adjusted R Square karena model menggunakan variabel independen berjumlah tiga atau lebih. Adapun nilai Adjusted R Square dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,597 ^a	,357	,330	1,812	1,786

a. Predictors: (Constant), Totalx4, Totalx2, Totalx3, Totalx1

b. Dependent Variable: Totaly

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0.330, artinya pengaruh variabel *life style*, *self control*, *e-money* dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan belanja *online* sebesar 33 %. Sedangkan sisanya sebesar 67 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *life style* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan terdapat pengaruh positif antara gaya hidup (*Life Style*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t-hitung sebesar $2,132 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup (*Life Style*) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*. Koefisien regresi positif menggambarkan hubungan yang searah antara gaya hidup (*Life Style*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang dalam

melakukan *online shopping*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Haryana(2020), Riyanto (2024), Rakhman (2023), Pulungan (2018), Pratama (2023), Ngampus (2023), Sudaryati (2023), Mengga (2023), Ambarsari (2023) dan Fadhila (2023).

Mahasiswa cenderung membeli berdasarkan keinginan mereka (seperti mengikuti mode-mode terbaru) bukan berdasarkan kebutuhan terutama ketika melakukan pembelian secara *online*. Mahasiswa lebih sering membeli secara *online* untuk memenuhi gaya hidup mereka karena faktor harga yang cenderung murah dan sesuai kantong mereka. Hal tersebut membuat mahasiswa lebih mementingkan *life style* agar tidak ketinggalan zaman dibandingkan membeli kebutuhan mereka sebenarnya (Haryana, 2020).

Menurut Rachmawati & Mulyani (2020), Fenomena konsumtif produk *fashion* seperti baju yang dilakukan oleh mahasiswa terjadi karena mahasiswa memiliki kecenderungan untuk membeli barang yang sedang tren, mudah terpengaruh iklan, meniru teman, dan muncul perasaan gengsi apabila mereka tidak mengikuti tren yang ada. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Abadi et al. (2020) dimana kelompok remaja meniru gaya, tren, serta *fashion* karena mereka ingin membuktikan bahwa mereka tidak ingin kalah dari teman-temannya.

Selain itu, dalam konteks berbelanja *online* mahasiswa merasakan kemudahan dalam berbelanja, mulai dari menentukan pembelian produk mereka dimudahkan untuk membandingkan harga dan kualitas dari berbagai toko hanya dari genggam tangan tanpa harus keluar rumah. Produk-produk yang ditawarkan di pasar *online* adalah produk-produk terbaru dengan informasi interaktif yang mendorong seseorang melakukan pembelian. Kenyamanan dalam berbelanja *online* ini pada akhirnya membuat gaya hidup seseorang cenderung lebih tinggi dan menjadi konsumtif.

Pengaruh *self control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan terdapat pengaruh positif antara kontrol diri (*Self Control*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t -hitung sebesar $-5,249 < t \text{ tabel } 1,661$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri (*Self Control*) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*. Koefisien regresi negatif menggambarkan hubungan yang berlawanan arah antara kontrol diri (*Self Control*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi tingkat kontrol diri (*Self Control*) seseorang maka perilaku konsumtif seseorang semakin rendah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian anggraini (2023), Sudarisman (2019).

Seseorang dengan *self control* yang baik akan mampu mengendalikan diri ketika menerima

informasi, mengendalikan perilaku, dan membuat keputusan yang tepat. Sebaliknya, seseorang dengan *self control* yang lemah akan kesulitan dalam mengendalikan perilaku yang ada pada dirinya sendiri, sehingga perilaku konsumtif dapat muncul dan membuat individu tersebut melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Wijaya, et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Arum & Khoirunnisa (2021) menunjukkan bahwa fitur-fitur yang ada pada aplikasi belanja *online (e-commerce)* menghadirkan beragam kemudahan yang dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelanjaan seperti adanya diskon, promo, ataupun pengiriman super cepat di hari yang sama. Beragam kemudahan tersebut dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif, oleh sebab itu diperlukan *self control* guna menahan godaan ataupun keinginan yang muncul dari dalam diri individu tersebut. Hal

tersebut karena *self control* dapat mengendalikan tingkah laku sebelum bertindak ataupun sebelum memutuskan sesuatu (Kumalasari & Soesilo, 2019). Cara mengelola *self control* dapat dilakukan dengan mengendalikan diri sendiri ketika melakukan keputusan pembelian, membeli barang sesuai kemampuan ekonomi dan membeli barang yang dibutuhkan (Anggraini, 2023).

Pengaruh Penggunaan *e-money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H3) menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t -hitung sebesar $0,012 < t \text{ tabel } 1,661$ dan nilai signifikan sebesar $0,199 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *e-money* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mengga (2023) dan Afifah (2022).

Meskipun dalam penggunaan dan akses *e-money* yang sangat mudah namun hal tersebut tidak dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berarti bahwa mahasiswa telah mampu belajar dalam membedakan kebutuhan yang sebenarnya mereka butuhkan atau hanya sekedar pemenuhan saja. Mahasiswa telah mampu mengurangi pembelian yang tidak perlu dan telah mampu mempersir kebutuhan dengan biaya yang ada (Afifah & Yudiantoro, 2022).

Pengaruh Penggunaan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam melakukan *online Shopping*.

Hasil pengujian hipotesis kedua (H4) menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan (*Financial Literacy*) terhadap perilaku konsumtif

mahasiswa. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t-hitung sebesar $1,334 < t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikan sebesar $0,173 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan (*Financial Literacy*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ambarsari (2023), Mengga (2023), Iqbal (2020), Kusumaningtyas (2017), Fadhillah (2023) dan Ramdhani (2019).

Literasi keuangan adalah pemahaman serta pengetahuan individu atas konsep keuangan yang akan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan dalam penggunaan dan pengelolaan keuangan (Fauzi & Sulistyowati, 2022). Ketika pemahaman individu akan literasi keuangan lebih tinggi, maka individu akan lebih cerdas dalam memilih konsumsi, mengelola keuangan dan membuat perencanaan untuk masa depan (Mubarokah & Pratiwi, 2022). Adanya *financial literacy* yang baik akan membantu individu untuk berpikir secara rasional dalam setiap pengambilan keputusan keuangannya (Ambarsari, 2023).

Namun, apabila seseorang hanya memahami tetapi tidak mengaplikasikan literasi keuangan pada kehidupan sehari-hari, maka literasi keuangan tidak terlalu mempengaruhi peningkatan atau penurunan perilaku konsumtifnya (Deviyanti, 2020). Menurut Ramdhani (2019) menyatakan bahwa kebanyakan Mahasiswa menerima pemahaman literasi keuangan hanya dijadikan sebagai pengetahuan dan tidak menjamin bahwa pengetahuan yang diterima mahasiswa akan meningkatkan tingkat literasi keuangan mahasiswa. Sehingga variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap peningkatan atau penurunan perilaku konsumtif Mahasiswa. Ambarsari (2023) juga menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Tinggi rendahnya literasi keuangan seseorang tidak

berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut disebabkan karena pribadi mahasiswa itu sendiri yang belum bisa mengaplikasikan literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

PENUTUP

1. Gaya hidup (*Life Style*) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*.
2. Kontrol diri (*Self Control*) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*.
3. Penggunaan *e-money* secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*.
4. literasi keuangan (*Financial Literacy*) secara parsial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*.
5. Gaya hidup (*Life Style*), Kontrol diri (*Self Control*), Penggunaan *e-money* dan literasi keuangan (*Financial Literacy*) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan *online shopping*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsari, M.D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Life style, Konformitas, Money Attitude dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-Pop, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3),550-564.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna e-commerce

- shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 1–120.
- Anggelista, F.D., Angraini, L.D., & Putri, A.U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Pay Letter. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 697-705.
- Angraini, L.P., & Hudaniah. (2023). Hubungan Self Control dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa. *Jurnal Cognicia*, 140-149.
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and Its Relationship it Stress. *Psychological Bulletin*, 89(4), 286–303.
- Deviyanti, S. 2020, Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar. Makassar : Universitas Negeri Makassar.
- Fadhila, N., & Abadi, M.T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Business & Applied Managemen*, 16 (2), 141-156.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35.
- Haryana, R.D.T. (2020). Pengaruh *Life Style, Self Control* dan *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan *Online Sopping*. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29-36.
- Hidayat, S. (2020). Literasi Keuangan Untuk Pengelolaan Keuangan Pribadi. In Syariah (EKUITAS) (Vol. 1, Issue 2). Diakses pada 20 Mei 2024 dari <https://slideplayer.info/slide/1972619/>.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh literasi keuangan modernitas individu, uang saku dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi angkatan tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61-71.
- Mengga, G.S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money , Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(1), 44-58.
- Ngampus, W., Telagawhati, N.L.W.S., & Yudiaatmaja, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*.10(3),971-985.
- OJK. (2018). Otoritas Jasa Keuangan. Diakses pada 20 Mei 2024 dari <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasikeuangan.aspx>.
- Pratama, D.V., & Oktapiani,S.(2023). Pengaruh *Fintech Payment, Financial Literacy, Life Style* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online*. *UTS Student Confrence*, 1(4),410-421.
- Pulungan, D.R. & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Rahkman, Y.A., & Pertiwi T.K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Monay, Kontrol Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Journal of Management and Bussines*, 5(1), 560 – 575.
- Riyanto, S., Wiari, A ., & Chasanah, S.N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan

- dan Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif Warga Desa Panggungroyom Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 10(1), 32-42.
- Sudarisman, H. S. V. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53–61.
- Sudaryati, A.A., & Wulandari, D.A. (2023). The Effect Of Life Style, Financial Literacy And Locus Of Control Terhadap Perilaku. *Jurnal Management Studies and Entrepreneurship*, 4(6), 7890-7896.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 272–322.
- Wijaya, C., Prasetya, M. A., & Mardianto. (2021). The effect of self-control and conformity on student consumptive behavior of Ar-Rahman SMA Medan year 2020. *International Journal of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 1(1), 1-10.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-7.