

## The Influence Of Lifestyle And Financial Literacy On The Consumptive Behavior Of UNPAB Students

### Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Onlien Pada Mahasiswa UNPAB

Triska Devi Ginting <sup>1)</sup>; Cahyo Pramono <sup>2)</sup>; Maya Macia Sari <sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3</sup> *Pembangunan Panca Budi Medan*  
 Email: <sup>1)</sup>[triskadevi2@gmail.com](mailto:triskadevi2@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [24 Maret 2026]  
 Revised [28 April 2026]  
 Accepted [30 April 2026]

#### KEYWORDS

*Lifestyle, Financial Literacy, Consumptive Behavior.*

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



#### ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi dan meningkatnya penggunaan platform e-commerce telah mendorong perubahan pola konsumsi mahasiswa yang cenderung mengarah pada perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada mahasiswa Manajemen Fintech Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 71 responden dengan teknik sampel jenuh. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif namun tidak signifikan. Secara simultan, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,667, yang menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 66,7% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor gaya hidup memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa di era digital, sehingga diperlukan penguatan literasi keuangan yang lebih aplikatif untuk mendorong pola konsumsi yang rasional.

#### ABSTRACT

The rapid development of digitalization and the increasing use of e-commerce platforms have influenced students' consumption patterns, leading to more consumptive behavior. This study aims to analyze the effect of lifestyle and financial literacy on online shopping consumptive behavior among Fintech Management students at Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB). A quantitative approach was applied using a survey method through questionnaires distributed to 71 respondents selected through saturated sampling. Data analysis was conducted using SPSS software, including data quality tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior, while financial literacy has a negative but statistically insignificant effect. Simultaneously, lifestyle and financial literacy significantly influence consumptive behavior with a coefficient of determination of 0.667, indicating that 66.7% of the variation in consumptive behavior can be explained by the model. These findings suggest that lifestyle plays a more dominant role than financial literacy in shaping students' consumption behavior in the digital era, highlighting the need for more practical financial literacy education.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digitalisasi telah mendorong perubahan pola konsumsi mahasiswa, khususnya melalui meningkatnya aktivitas belanja online yang berpotensi memicu perilaku konsumtif. Mahasiswa sebagai kelompok usia transisi cenderung mengikuti tren digital, promosi e-commerce, dan gaya hidup modern yang menekankan kepuasan instan serta ekspresi identitas sosial. Tingginya penetrasi internet dan penggunaan platform belanja daring memperkuat perubahan paradigma konsumsi dari kebutuhan rasional menuju orientasi gaya hidup, sementara tingkat literasi keuangan yang masih rendah membuat sebagian mahasiswa rentan terhadap pembelian impulsif dan kesulitan mengelola keuangan pribadi.

Kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan e-commerce turut memperkuat perubahan tersebut. Data APJII (2024) menunjukkan tingginya penetrasi internet di Indonesia yang mendorong aktivitas belanja online menjadi bagian dari keseharian generasi muda. Kemudahan akses, promosi digital, serta fitur pembayaran cashless seringkali memicu pembelian impulsif, sehingga membentuk gaya hidup digital yang konsumtif. Dalam konteks ini, gaya hidup tidak hanya mencerminkan aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri dan simbol identitas sosial mahasiswa di ruang digital.

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fintech Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB) merupakan kelompok yang memiliki kedekatan dengan teknologi finansial sehingga berpotensi mengalami perubahan perilaku konsumsi yang lebih dinamis. Kemudahan akses transaksi, keberagaman

promosi digital, serta fitur pembayaran instan seringkali mendorong keputusan pembelian yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan rasional. Hasil observasi awal dalam proposal menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memandang belanja online sebagai aktivitas yang praktis dan menarik karena adanya potongan harga maupun tren produk yang berkembang di media sosial. Hal ini mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang semakin meningkat di kalangan mahasiswa. Dalam kajian perilaku konsumen, gaya hidup dipandang sebagai salah satu faktor eksternal yang memengaruhi pola pengeluaran individu melalui aktivitas, minat, dan opini yang dimiliki. Gaya hidup digital yang berkembang di kalangan mahasiswa seringkali berkaitan dengan kebutuhan aktualisasi diri serta simbolisasi status sosial melalui produk yang dikonsumsi. Di sisi lain, literasi keuangan berperan sebagai faktor internal yang diharapkan mampu membantu individu dalam mengelola keuangan secara rasional. Namun demikian, tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa belum tentu diikuti dengan perilaku pengelolaan finansial yang optimal, terutama ketika dihadapkan pada berbagai stimulus konsumsi dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif.

## LANDASAN TEORI

### Perilaku Konsumtif Berbelanja Onlien

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan, impulsif, dan lebih didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan rasional. Dalam konteks digital, perilaku ini semakin mudah terjadi karena adanya kemudahan akses marketplace, paparan iklan yang intens, serta berbagai fitur transaksi seperti e-wallet dan paylater yang mempercepat proses pembelian. Sumartono (2002) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh pembelian yang tidak rasional dan berorientasi pada pemenuhan kepuasan emosional maupun gaya hidup. Menurut Pradana dan Wijayanti (2020) serta Sari dan Yuniati (2021), menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif karena intensitas paparan promosi digital dan kemudahan metode pembayaran fleksibel.

Dalam perspektif pemasaran modern, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang saling berinteraksi dalam membentuk keputusan pembelian. Pada konteks digital, kemudahan akses e-commerce dan intensitas promosi online memperkuat peluang munculnya perilaku konsumtif, terutama pada kelompok mahasiswa yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi.

### Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan konsep penting dalam perilaku keuangan yang menggambarkan kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, serta mengambil keputusan terkait keuangan secara efektif dan bertanggung jawab. Menurut Lusardi dan Mitchell (2011), literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan, seperti bunga majemuk, inflasi, dan manajemen risiko, yang menjadi landasan dalam pengambilan keputusan keuangan yang rasional. Atkinson dan Messy (2012) menjelaskan bahwa literasi keuangan terdiri dari tiga aspek utama, yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan, yang secara bersama-sama menentukan bagaimana seseorang mengatur keuangan sehari-hari serta merencanakan keuangan di masa depan.

Pada kalangan mahasiswa, tingkat literasi keuangan diharapkan mampu menjadi mekanisme kontrol internal dalam menghadapi berbagai stimulus konsumsi digital. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kemampuan perencanaan pengeluaran yang lebih rasional serta mampu menahan dorongan pembelian impulsif, meskipun dalam praktiknya efektivitas literasi keuangan juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan gaya hidup.

### Gaya Hidup

Gaya hidup (lifestyle) menggambarkan pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini yang memengaruhi cara seseorang menggunakan waktu serta sumber daya yang dimiliki. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) mendefinisikan gaya hidup sebagai representasi dari nilai dan preferensi individu yang tercermin dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Sementara itu, Solomon (2018) menyatakan bahwa gaya hidup berfungsi sebagai identitas sosial yang menunjukkan bagaimana individu memposisikan dirinya dalam lingkungan sosial melalui pilihan produk dan aktivitas konsumsi. Dalam era digital, gaya hidup mahasiswa semakin dipengaruhi oleh media sosial dan tren online yang mendorong kebutuhan akan aktualisasi diri. Aktivitas berbagi pengalaman konsumsi di ruang virtual dapat memperkuat motivasi untuk mengikuti tren, sehingga gaya hidup modern seringkali berperan sebagai faktor eksternal yang meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan penelitian asosiatif kausal, peneliti dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat yang terjadi di antara variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif berbelanja online (Y). Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini gaya hidup (X1) dan literasi keuangan (X2). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey yaitu dengan membagikan angket/kuesioner yang akan dibagikan kepada responden. Adapun penilaian untuk penelitian ini dengan berdasarkan Skala Likert. Skala likert yaitu skala yang menginterpretasikan jawaban responden yang terdiri dari lima skala yaitu Sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Populasi yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah Mahasiswa/ Manajemen Fintech UNPAB sebanyak 71 orang. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh (saturated sampling). Sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel apabila seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel karena jumlah populasi relatif kecil dan dapat dijangkau oleh peneliti. Pemilihan teknik ini dilakukan karena populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 orang, sehingga seluruh anggota populasi dapat dijadikan responden untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat, representatif, dan komprehensif. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 71 responden, yaitu seluruh mahasiswa manajemen Fintech UNPAB. Teknik penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk umumnya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

- Y = Perilaku Konsumtif Mahasiswa  
 $\alpha$  = *Intercept*  
 $\beta_1, \beta_2$  = Koefesien Regresi  
 $X_1$  = Gaya Hidup  
 $X_2$  = Literasi Keuangan  
 $\varepsilon$  = Kesalahan Pengganggu atau Error Termf

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat, di mana suatu item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan (derajat df=n-2).

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

No.	Nama Item	Pearson Correlation (hitung)	r <sup>2</sup> Tabel	Keterangan
1	X1.1	0,659	0,235	Valid
2	X1.2	0,745	0,235	Valid
3	X1.3	0,704	0,235	Valid
4	X1.4	0,676	0,235	Valid
5	X1.5	0,643	0,235	Valid
6	X1.6	0,585	0,235	Valid
7	X1.7	0,573	0,235	Valid
8	X1.8	0,590	0,235	Valid
9	X1.9	0,610	0,235	Valid
10	X2.1	0,625	0,235	Valid
11	X2.2	0,813	0,235	Valid
12	X2.3	0,687	0,235	Valid
13	X2.4	0,773	0,235	Valid
14	X2.5	0,663	0,235	Valid
15	X2.6	0,561	0,235	Valid
16	X2.7	0,733	0,235	Valid
17	X2.8	0,502	0,235	Valid

18	X2.9	0,570	0,235	Valid
19	X2.10	0,585	0,235	Valid
20	X2.11	0,653	0,235	Valid
21	X2.12	0,779	0,235	Valid
22	Y.1	0,851	0,235	Valid
23	Y.2	0,858	0,235	Valid
24	Y.3	0,828	0,235	Valid
25	Y.4	0,886	0,235	Valid
26	Y.5	0,331	0,235	Valid
27	Y.6	0,903	0,235	Valid
28	Y.7	0,821	0,235	Valid
29	Y.8	0,603	0,235	Valid
30	Y.9	0,877	0,235	Valid
31	Y.10	0,778	0,235	Valid
32	Y.11	0,633	0,235	Valid
33	Y.12	0,646	0,235	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan X1, X2, dan Y dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memperoleh nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sebesar 0.235% hal tersebut menunjukkan bahwa masing masing pernyataan variabel layak dalam penelitian.

### Uji reabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian untuk menilai konsistensi instrument penelitian, di mana kuesioner dinyatakan reliable apabila Cronbach's Alpha  $\geq$  0,60, sehingga instrument dianggap konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas**

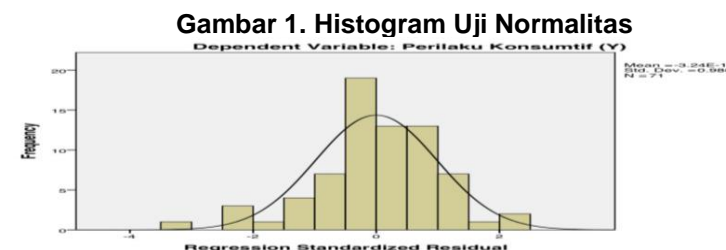
No	Variabel	Cronbach's Alpha	rTabel	Status
1	Gaya Hidup (X1)	0,819	0,235	Reliabel
2	Literasi Keuangan (X2)	0,870	0,235	Reliabel
3	Perilaku Konsumtif (Y)	0,931	0,235	Reliabel

Sumber : Data diolah oleh peneliti,2026

Berdasarkan tabel 4 diatas, jika nilai Cronbach's Alpa  $>$  r tabel maka pertanyaan kuesioner dapat dinyatakan reliable. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat variabel X1,X2, dan Y mrndapatkan nilai cronbach's alpa  $>$  0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner dinyatakan reliable.

### Uji Normalitas

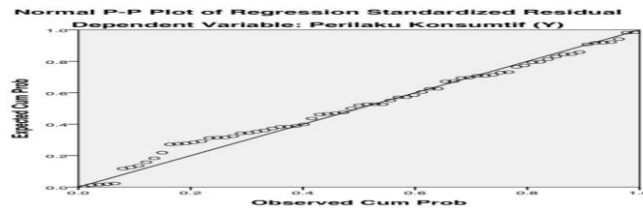
Uji normalitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah data atau residual dalam model regresi berdistribusi normal, yang dilakukan melalui uji Kolmogorov-Smirnov, uji Shapiro-Wilk, atau pengamatan grafik Normal P-P Plot, dengan kriteria data dinyatakan normal apabila nilai signifikansi  $>$ 0,05 atau titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal.



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar 1 (Histogram), dapat disimpulkan bahwa hasil data penelitian berdistribusi normal karena pola histogram membentuk kurva lonceng (bell-shaped) yang simetris dan tidak menunjukkan penyimpangan yang signifikan.

**Gambar 2. Normalitas Probability-Plot**



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar 2 di atas, dapat dilihat bahwa titik – titik residu menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. pola penyebaran ini menunjukkan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal, karena tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari garis linear.

**Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	6.10113885
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.049
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.955
Asymp. Sig. (2-tailed)		.321

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov – Smirnov Test pada tabel 5, dapat dilihat bahwa residual tidak terstandarisasi (Unstandardized Residual), diperoleh jumlah sampel (N) sebanyak 71. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,321. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas di gunakan untuk menguji apakah ditemukan hubungan antara variabel bebas dalam persamaan regresi. Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi, yang dilakukan dengan melihat nilai Tolerance > 0,10 dan Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka model regresi tersebut tidak terjadi gejala multikolonieritas.

**Tabel 4. Hasil uji Multikolonieritas Coefficientas<sup>a</sup>**

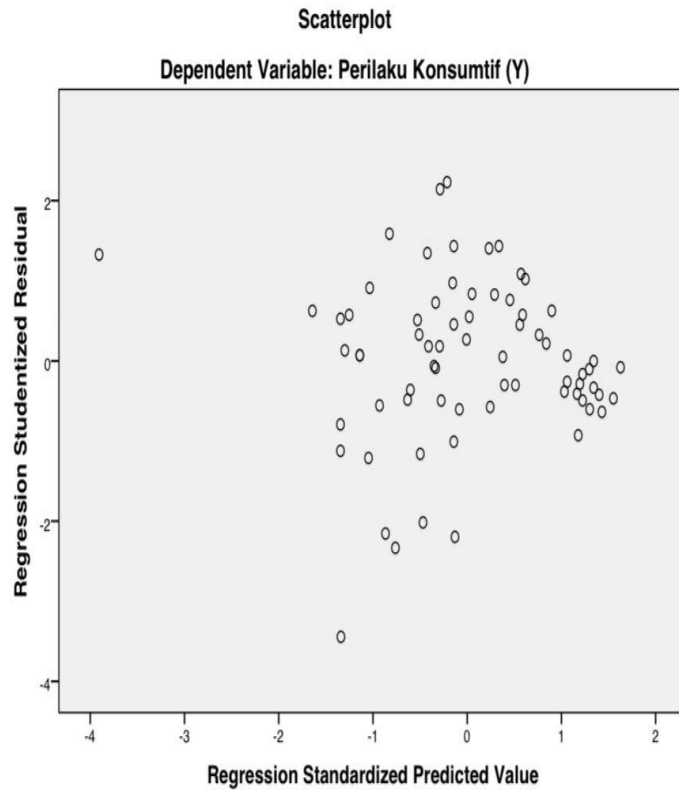
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Gaya Hidup (X1)	.413	2.419
Literasi Keuangan (X2)	.413	2.419

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model resresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Dengan kriteria tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi > 0,05 atau titik – titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu.

**Gambar 3. Scatterplot**



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot antara Regression Standardized Predicted Value dan Regression Studentized Residual pada variabel dependen Perilaku Konsumtif, terlihat bahwa titik – titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat di simpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh dua atau lebih variabel independen, yaitu , Gaya Hidup , dan Literasi Keuangan , terhadap satu variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif.

**Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	5.208		.140	.889
	Gaya Hidup (X1)	1.665	.193	.939	8.631	.000
	Literasi Keuangan (X2)	-.253	.162	-.169	-1.557	.124

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

## Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6 Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	5.208		.140	.889
	Gaya Hidup (X1)	1.665	.193	.939	8.631	.000
	Literasi Keuangan (X2)	-.253	.162	-.169	-1.557	.124

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

## Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat apabila signifikan. Variabel bebas berpengaruh secara bersama – sama apa bila F hitung > F tabel dan nilai Probabilitas sig < 0,05 maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas.

Tabel 7. Uji Simultan (Uji t)

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5221.651	2	2610.826	68.134	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2605.673	68	38.319		
	Total	7827.324	70			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan (X2), Gaya Hidup (X1)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada model regresi linear berganda, diperoleh nilai F hitung sebesar 68,134 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kelayakan secara statistik. Hal ini berarti variabel gaya hidup (X1) dan literasi keuangan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y).

Nilai Sum of Squares Regression sebesar 5221,651 menunjukkan besarnya variasi perilaku konsumtif yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model penelitian. Sementara itu, Residual Sum of Squares sebesar 2605,673 merepresentasikan variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model atau dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Adapun nilai Mean Square Regression (2610,826) yang jauh lebih besar dibandingkan Mean Square Residual (38,319) mengindikasikan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan data lebih dominan dibandingkan kesalahan yang terjadi.

## Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) adalah untuk mengukur statistik yang menunjukkan sebesar besar kontribusi variabel independen secara bersama – sama dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dengan penyesuaian untuk jumlah variabel agar hasil estimasi lebih akurat.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.667	.657	6.190

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 10 di atas, Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,667 menunjukkan bahwa 66,7% variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup dan literasi keuangan

secara simultan, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square sebesar 0,657 menegaskan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dan ukuran sampel, model masih memiliki kemampuan penjelasan yang tinggi, yaitu sebesar 65,7%.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai koefisien regresi sebesar 1,665 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ) mengindikasikan bahwa peningkatan gaya hidup cenderung diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif. Temuan ini memperlihatkan bahwa mahasiswa yang memiliki kecenderungan mengikuti tren, aktivitas sosial digital, serta orientasi pada simbol status lebih rentan melakukan pembelian secara impulsif. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan konsep gaya hidup yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) yang menyatakan bahwa gaya hidup tercermin dari aktivitas, minat, dan opini individu yang memengaruhi pola konsumsi. Dalam konteks belanja online, gaya hidup digital memperkuat dorongan konsumsi melalui paparan promosi, kemudahan transaksi, dan kebutuhan aktualisasi diri di ruang sosial virtual. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dapat diterima.

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil uji parsial, literasi keuangan memiliki koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,253, yang menunjukkan adanya kecenderungan hubungan berlawanan arah dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan individu, maka kecenderungan perilaku konsumtif cenderung menurun. Namun demikian, nilai signifikansi sebesar 0,124 ( $>0,05$ ) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Ketidaksignifikanan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman keuangan mahasiswa belum cukup kuat dalam mengendalikan perilaku konsumsi, khususnya dalam konteks belanja online yang dipengaruhi faktor emosional dan sosial. Meskipun secara teoritis literasi keuangan berperan sebagai mekanisme kontrol internal sebagaimana dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell (2011), dalam penelitian ini faktor tersebut belum menjadi determinan utama. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan adanya pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tidak dapat diterima.

### **Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai F hitung sebesar 68,134 dengan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ) menandakan bahwa model regresi yang dibangun memiliki kelayakan statistik yang baik. Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,667 menunjukkan bahwa sebesar 66,7% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Gaya hidup digital berperan sebagai pendorong utama perilaku konsumsi sebagaimana konsep perilaku konsumen yang dijelaskan oleh Sumartono (2002), sedangkan literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme kontrol yang dijelaskan oleh Atkinson dan Messy (2012), meskipun dalam penelitian ini perannya belum optimal. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dapat diterima.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan gaya hidup modern dan orientasi tren digital mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja online. Gaya hidup menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumsi responden.
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Meskipun secara arah hubungan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif, tingkat pengaruhnya belum cukup kuat secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan mahasiswa belum sepenuhnya mampu mengendalikan dorongan konsumsi di era digital.

3. Gaya hidup dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Model regresi menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan sebagian besar variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal (gaya hidup) dan faktor internal (literasi keuangan).

## Saran

1. Bagi mahasiswa, diperlukan peningkatan kesadaran dalam mengelola gaya hidup digital secara bijak dengan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Mahasiswa juga disarankan untuk menerapkan perencanaan anggaran pribadi serta evaluasi pengeluaran secara berkala agar aktivitas belanja online tetap berada dalam batas yang rasional.
2. Bagi institusi pendidikan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan belum memberikan pengaruh signifikan secara parsial, sehingga diperlukan pendekatan edukasi yang lebih aplikatif dan kontekstual. Program seperti workshop pengelolaan keuangan digital, simulasi penggunaan e-wallet secara sehat, serta integrasi literasi keuangan dalam kurikulum berbasis praktik dapat menjadi alternatif penguatan kompetensi mahasiswa.
3. Bagi pihak kampus dan program studi, dapat mempertimbangkan penyediaan kegiatan edukatif yang membahas risiko perilaku konsumtif di era e-commerce, termasuk pemahaman mengenai strategi promosi digital dan pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian mahasiswa.
4. Bagi pengembang platform digital atau praktisi fintech, temuan penelitian ini menunjukkan dominasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukatif melalui fitur pengingat anggaran, notifikasi pengeluaran, atau literasi finansial digital yang dapat membantu pengguna mengontrol kebiasaan konsumsi.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel tambahan seperti kontrol diri, intensitas penggunaan media sosial, impulsive buying, maupun penggunaan paylater, mengingat masih terdapat proporsi variasi perilaku konsumtif yang belum dapat dijelaskan dalam model penelitian ini. Penggunaan metode campuran (mixed methods) juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap aspek psikologis mahasiswa

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Measuring Financial Literacy. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 15.
- Della Angelia, et al. (2023). Gaya Hidup Konsumtif sebagai Dampak Online Shop pada Mahasiswa Sosiologi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Sosiologi Pendidikan*, 6(2), 112–122.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fahmi Putra, H. R. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
- Fitriani, N., & Riswanto, A. (2022). Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Mahasiswa.
- Herabadi, A. G., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (2009). *Consumption Behavior and Impulse Buying*. *Journal of Economic Psychology*, 30(5), 784–792.
- Lakuy, H., & Sopacua, E. (2025). Digital Lifestyle and Student Consumption Behavior.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy Around the World. *Journal of Pension Economics & Finance*, 10(4), 497–508.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- OJK. (2022). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI).
- Pelealu, D. L., & Huwae, F. (2024). Gaya Hidup Hedonisme dan Impulsive Buying dalam Aktivitas Belanja Online pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(4), 1120–1132.
- Pradana, A., & Wijayanti, D. (2020). Impulsive Buying Among University Students in Online Shopping. *Jurnal Psikologi Terapan*, 10(2), 121–132.
- Pulungan, R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Ilmu Sosial*, 9(1), 55–67.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Perilaku Konsumtif dan Budaya Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya*. Bogor: IPB Press.

- Syahla, A., & Sudrajat. (2024). The Influence of Financial Literacy and E-Commerce on Student Consumptive Behavior.
- Wahidah, N., Asriati, N., & Achmadi, H. (2018). Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Belanja Online. *Jurnal Pendidikan Sosial*, 12(1), 77–89.
- Wayan, I., & Ketut, D. (2015). Digital Shopping Motivation Among Students.
- Widiastuti, R., & Sumastuti, A. (2025). Financial Literacy, Usage of Pay-Later Services, and Impulse Buying: The Mediating Role of Shopping Habits. *International Journal of Business and Economics*, 14(1), 33–49.
- Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z Jakarta Barat.