

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI, LITERASI KEUANGAN,
DAN PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BERBELANJA *ONLINE* MAHASISWA UNIVERSITAS NUSA CENDANA**

Fredericus Reynaldi Toge Metang¹, Maria Prudensiana Leda Muga², Siprianus G. Tefa³
^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana
e-mail: renolmetang@gmail.com

Abstrak

Artikel Info

Sejarah Artikel:

Diterima: 31 Maret 2026

Selesai Revisi: 13 April 2026

Dipublikasi: April 2026

Kata Kunci: *Gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, pengelolaan keuangan, perilaku konsumtif.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* di Universitas Nusa Cendana. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan data primer yang terkumpul melalui pendistribusian kuesioner kepada 100 responden yang ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin dari mahasiswa strata satu angkatan 2021–2024. Data dianalisis melalui regresi linear berganda dengan SPSS 27. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa secara

parsial gaya hidup dan motivasi sangat berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pengelolaan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan. Diyakini penelitian ini bisa meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik untuk mengendalikan perilaku konsumtif dalam belanja *online*. Literasi keuangan sangat tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. Namun, secara simulatan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam pengelolaan keuangan.

Kata Kunci: Gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, pengelolaan keuangan, perilaku konsumtif.

Abstract

This study aims to analyze the influence of lifestyle, motivation, financial literacy, and financial management on the consumptive behavior of students in online shopping at Nusa Cendana University. This research uses a quantitative approach by utilizing primary data collected through the distribution of questionnaires to 100 respondents selected using Slovin's formula from undergraduate students of the 2021–2024 cohort. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS 27. The results indicate that partially, lifestyle and motivation have a very positive effect on consumptive behavior, while financial management has a negative and significant effect. This research is expected to increase students' awareness of the importance of good financial management to control compulsive behavior in online shopping. Financial literacy has very little influence on compulsive online shopping behavior. However, simultaneously, all independent variables significantly affect students' compulsive behavior. This research can help raise students' awareness in financial management.

Keywords: *Lifestyle, motivation, financial literacy, financial management, consumptive behavior.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi yang terus mengalami perkembangan, kemajuan teknologi digital telah memicu perubahan substansial dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi, sosial, serta pola konsumsi masyarakat. Kemajuan teknologi informasi, khususnya internet, mampu menghilangkan berbagai hambatan yang sebelumnya membatasi aktivitas manusia, seperti keterbatasan jarak, waktu, dan biaya. Dengan adanya internet, berbagai aktivitas kini dapat dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan praktis, termasuk dalam kegiatan berbelanja (Pramudita & Misidawati, 2024).

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 tercatat sebesar 79,5%, mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 78,1% (Sari, 2024). Kenaikan tersebut mengindikasikan bahwa internet kini telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat serta melekat dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Selain sebagai sarana komunikasi, internet juga berkembang menjadi media utama dalam aktivitas ekonomi digital, termasuk transaksi jual beli melalui *platform e-commerce*. Platform ini memfasilitasi transaksi jual beli barang dan jasa secara daring tanpa batas fisik, mendorong pertumbuhan ekonomi digital, serta meningkatkan efisiensi pasar bagi pelaku bisnis dan konsumen.

Perkembangan tersebut sangat dirasakan oleh kalangan mahasiswa yang menjadi salah satu kelompok pengguna internet dengan tingkat aktivitas yang paling tinggi. Mahasiswa memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi, sehingga sebagian besar aktivitasnya terhubung dengan dunia digital. Tingginya penggunaan internet memudahkan mahasiswa dalam mengakses berbagai platform belanja *online* seperti *Shopee*, Tokopedia, serta platform sejenis lainnya. Melalui platform tersebut, mahasiswa dapat mengakses layanan transaksi secara fleksibel tanpa batasan waktu dan lokasi dengan menggunakan perangkat seluler (Pramudita & Misidawati, 2024).

Kemudahan akses, Beragam penawaran seperti potongan harga, *cashback*, serta bebas ongkos kirim, ditambah dengan tampilan produk yang atraktif, mendorong meningkatnya minat terhadap aktivitas belanja *online*. Di sisi lain, situasi ini turut memicu munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang yang ditandai dengan pembelian berlebihan tanpa perencanaan yang jelas, serta lebih didasari oleh keinginan daripada kebutuhan. Pada mahasiswa, kecenderungan ini umumnya dipengaruhi oleh aspek emosional, tekanan dari lingkungan sosial, serta dorongan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang (Pramudita & Misidawati, 2024)

Motivasi turut berperan sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Motivasi dapat didefinisikan sebagai dorongan yang muncul dari dalam maupun luar individu sehingga mendorong individu untuk bertindak. Dalam konteks aktivitas belanja daring, motivasi tersebut dapat bersifat rasional maupun emosional.. Motivasi rasional berkaitan dengan kebutuhan nyata, seperti harga yang lebih terjangkau atau kemudahan akses, Sementara itu, motivasi emosional yang disebabkan oleh aspek sosial dan psikologis, seperti dorongan untuk mengikuti tren yang berkembang, mencari pengakuan, atau sekadar mendapatkan kepuasan (Ananda & Khodijah, 2022).

Peran media sosial juga sangat besar dalam membentuk motivasi konsumsi mahasiswa. Berdasarkan Indonesia Digital Report 2024, jumlah pengguna media sosial di Indonesia tercatat sebanyak 167 juta orang, dengan rata-rata penggunaan mencapai 3 jam 11 menit setiap harinya (Riyanto, 2024). Sehingga bisa di katakana bahwa Media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Mahasiswa (Daud dkk., 2025). Selain itu dengan adanya ketersediaan Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube sarat dengan konten seputar gaya hidup, ulasan produk, serta promosi yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Konten-konten tersebut kerap membentuk anggapan bahwa suatu produk merupakan kebutuhan, padahal sejatinya hanya keinginan.

Di sisi lain, literasi keuangan memegang peranan penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan kapasitas terkait pemahaman beserta pengelolaan sumber daya keuangan dengan efektif oleh individu. Menurut hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, indeks literasi keuangan penduduk Indonesia berada pada angka 65,43 %, yang berarti masih ada sebagian masyarakat, termasuk mahasiswa, yang belum memiliki pemahaman keuangan yang baik. Indeks ini lebih tinggi pada mahasiswa usia 18-25 tahun (70,19%), tetapi masih cukup rendah pada mereka yang baru menyelesaikan SMA (75,92%) dibandingkan lulusan perguruan tinggi (86,19%). Selain itu, perbedaan latar belakang wilayah juga mempengaruhi pemahaman keuangan mahasiswa, di mana mahasiswa yang berasal dari perkotaan cenderung memiliki indeks literasi keuangan lebih tinggi (69,71%) dibandingkan mereka yang berasal dari pedesaan (59,25%). Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan masih menjadi tantangan bagi mahasiswa dalam mengelola perilaku konsumtif mereka. Selain itu kurangnya pemahaman terhadap pengelolaan keuangan juga dapat membuat mahasiswa lebih rentan terhadap perilaku konsumtif dan kesulitan dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Namun, tidak semua mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif akan bertindak impulsif dalam berbelanja, terutama jika mereka memiliki literasi keuangan yang baik. Literasi keuangan mengacu pada pemahaman individu mengenai manajemen keuangan dan pandai mengelola uang. Literasi keuangan mengukur pengetahuan untuk memiliki pemahaman tentang konsep keuangan dan memiliki kemampuan serta kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, seseorang perlu dapat membuat keputusan yang bijak dalam jangka pendek dan merencanakan keuangan jangka panjang yang baik dengan mempertimbangkan peristiwa lingkungan dan perubahan kondisi ekonomi (Rumbik dkk., 2024).

Hal yang membuat Mahasiswa mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik dan benar, yaitu seperti kapan waktu yang benar untuk membelanjakan uang, menabung, berutang, dan berinvestasi. Mahasiswa yang mampu mengatur keuangannya dengan bijak menunjukkan perilaku keuangan yang tepat serta mampu memprioritaskan kebutuhan bukan keinginan. Seorang mahasiswa harus mendata dari mana saja uang yang didapatkannya. Pencatatan keuangan juga penting dilakukan oleh mahasiswa untuk mengetahui setiap dana masuk dan dana keluar dengan tujuan bisa mengetahui harta yang dimiliki agar bisa berfikir panjang sebelum berbelanja. Terkadang dalam pengeluaran uang tanpa disadari tidak sesuai dengan anggaran atau dihabiskan untuk hal-hal yang tidak dibutuhkan (Sovia, 2021).

Dengan adanya pengelolaan keuangan melalui sistem pencatatan keuangan, mahasiswa dapat mengontrol pengeluaran sesuai dengan anggaran sehingga mampu mengatur keuangan pribadinya dengan lebih baik. Melalui pencatatan tersebut, mahasiswa juga dapat mengetahui bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran pribadinya setiap bulan. Selain itu, mahasiswa dapat belajar menyusun laporan keuangan pribadi yang dapat digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan terkait perilaku keuangannya (Sovia, 2021).

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang bervariasi, menurut (Pramudita & Misidawati, 2024) gaya hidup sangat tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sementara (Ananda & Khodijah, 2022) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan, (Rachman dkk., 2024) mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan, namun literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Di sisi lain, (Sovia, 2021) mengungkapkan bahwa pengelolaan keuangan secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif. Perbedaan hasil tersebut menandakan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut. Selain itu, studi yang mengintegrasikan variabel gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan dalam satu model masih terbatas, khususnya pada mahasiswa Universitas Nusa Cendana.

Alhasil, penelitian ini digunakan untuk mengkaji kontribusi gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja *online* pada mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan ilmiah, khususnya terkait kajian perilaku konsumen dan pengelolaan keuangan, diyakini temuan penelitian ini juga bisa berfungsi sebagai acuan bagi mahasiswa dalam mengatur keuangan secara lebih tepat di era digital.

KERANGKA TEORI

A. *Theory of Planned Behavior*

Ajzen (1991) mengembangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) ialah penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sering digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen. TPB menjelaskan sebuah perilaku individu dipicu oleh niat yang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, beserta *perceived behavioral control* (Ajzen, 2005). Perbedaan utama antara TPB dan TRA terletak pada penambahan variabel *perceived behavioral control* dalam TPB. Variabel ini digunakan untuk menunjukkan bahwa perilaku tidak sepenuhnya ditentukan oleh niat, tapi juga bisa ditentukan oleh tingkat kemampuan individu dalam memiliki kemampuan dan kesempatan untuk melakukannya. Faktor-faktor seperti keterbatasan waktu, kemampuan, kebiasaan, serta kondisi lingkungan menjadi pertimbangan dalam pelaksanaan perilaku tersebut (purwanto dkk., 2023).

B. Gaya Hidup

Gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang yang dapat diamati melalui kegiatan yang dilakukan, minat yang dimiliki, serta cara pandang terhadap lingkungan sekitarnya. Hal ini dapat dikenali dari kebiasaan yang dilakukan secara rutin, cara individu dalam menggunakan waktu dan kapasitas finansial, serta cara individu dalam memandang dirinya sendiri dan situasi di sekelilingnya. (Mufarizzaturrizkiyah dkk., 2020). Gaya hidup mencerminkan nilai-nilai individu dan dapat berubah sesuai zaman. Tren saat ini berfokus pada kesehatan fisik-mental, keberlanjutan, dan gaya hidup yang baik.

Gaya hidup juga dapat menggambarkan perilaku seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk cara individu tersebut mengelola sumber daya yang dimilikinya, seperti waktu dan keuangan. Di samping itu, gaya hidup juga memperlihatkan apa saja yang dianggap penting, hal-hal yang menarik perhatian, serta cara individu memandang dirinya dan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan rutinitas, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai, preferensi, serta bentuk ekspresi diri seseorang dalam kehidupan sosial (Mufarizzaturrizkiyah dkk., 2020).

C. Motivasi

Motivasi dapat didefinisikan sebagai faktor yang mendorong individu, baik yang bersumber dari dalam ataupun luar individu, yang menyebabkan individu melakukan tindakan tertentu guna mencapai atau memenuhi keinginannya. (Rahayu dkk., 2021). (Arfan, 2024) menyatakan bahwa motivasi dapat dipahami sebagai suatu dorongan yang mengarahkan individu untuk memanfaatkan kompetensi yang dimilikinya, yakni berupa tenaga, keahlian, ataupun waktu, terhadap pelaksanaan berbagai tugas beserta tanggung jawab. Upaya tersebut dilakukan untuk memenuhi kewajiban serta mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang telah ditentukan.

Selain itu Motivasi juga merupakan dorongan individu untuk mengerahkan tingkat usaha yang tinggi dalam mencapai tujuan tertentu, yang dipengaruhi oleh kemampuan serta upaya individu dalam memenuhi kebutuhan pribadinya. Dalam konteks perilaku konsumtif berbelanja online, motivasi berperan dalam mendorong individu untuk melakukan pembelian sebagai upaya pemenuhan kebutuhan maupun keinginan (Pudjiati & Lestari, 2020). Motivasi perilaku konsumtif dalam belanja online didorong oleh kemudahan akses, kesenangan emosional (hedonis), pengaruh sosial (tren), dan pencarian identitas diri.

D. Literasi Keuangan

Literasi keuangan ialah kemampuan esensial yang penting dimiliki oleh setiap individu guna mendukung peningkatan taraf hidup. Hal ini berkaitan dengan kemampuan dalam memahami konsep keuangan, pengelolaan alokasi sumber daya keuangan secara tepat dan optimal. Literasi keuangan pada dasarnya dapat dipahami sebagai kemampuan seseorang dalam mengatur pendapatan yang dimilikinya guna mencapai kesejahteraan finansial. Kemampuan tersebut menjadi sangat mendasar karena memiliki pengaruh langsung terhadap kondisi keuangan individu serta menentukan ketepatan dalam pengambilan keputusan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari (Gama dkk., 2023).

E. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah elemen penting dalam manajemen keuangan pribadi yang Pengendalian keuangan pribadi yang berkaitan dengan upaya seseorang dalam mengupayakan pemenuhan kebutuhan hidup melalui pengaturan sumber daya keuangan secara terencana, teratur, dan sistematis. Kemampuan ini tidak hanya tercermin dari cara seseorang mengelola arus pemasukan dan pengeluaran, tetapi juga dari pengalaman yang dimilikinya dalam mempertimbangkan berbagai keputusan finansial. Hal ini termasuk dalam pengambilan keputusan investasi di masa depan yang memerlukan perencanaan serta pertimbangan yang matang (Sucihati, 2021).

F. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif mencerminkan salah satu bentuk perilaku konsumen yang menunjukkan kecenderungan individu dalam melakukan tindakan pembelian serta dan penggunaan barang atau jasa secara berlebihan. Perilaku ini umumnya terjadi tanpa adanya perencanaan yang matang dan tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan yang rasional. Dalam situasi tersebut, keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya, sehingga individu cenderung mengabaikan aspek kegunaan serta tingkat urgensi dari barang atau jasa yang dibeli (Warsidi, 2010).

Selain itu, Perilaku konsumtif juga dapat diartikan sebagai kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan, yang sering kali tidak didasarkan pada pertimbangan rasional. Untuk mengatasi perilaku konsumtif ini, diperlukan kesadaran untuk memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan, menyusun anggaran, dan menahan godaan *impulse buying*. Perilaku konsumtif dalam belanja online didorong oleh kemudahan akses, kesenangan emosional (hedonis), pengaruh sosial (tren), dan pencarian identitas diri. Faktor utama lainnya adalah strategi promosi *e-commerce* seperti *flash sale*, diskon tanggal kembar, dan gratis ongkir yang memicu *impulse buying* pada konsumen. Dalam konteks ini, berbagai penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beragam faktor, seperti gaya hidup, Motivasi, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan (Daud dkk., 2025).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan pengaruh gaya hidup, motivasi, Literasi Keuangan, dan pengelolaan Keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai langkah utama dalam memperoleh data penelitian. Menurut (Anhar, 2025), teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Instrumen dalam penelitian ini disusun menurut indikator tiap variabel yang kemudian diukur dengan skala Likert yang mempunyai rentang nilai 1-5. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa program sarjana (S1) Universitas Nusa Cendana angkatan 2021–2024 yang berjumlah 25.386 orang. Dalam penelitian ini, ukuran sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel penelitiannya sejumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini ialah metode yang dipakai untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini, model regresi linier berganda dimanfaatkan guna menguraikan korelasi sekaligus mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga bisa dilihat kontribusi dari tiap variabel bebas dalam menguraikan variabel terikat.

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.241	3.903		2.880	.005
Gaya hidup (X1)	.652	.100	.480	6.496	<,001
Motivasi (X2)	.409	.074	.396	5.552	<,001
Literasi keuangan (X3)	-.095	.140	-.055	-.677	.500
Pengelolaan Keuangan (X4)	-.223	.078	-.231	-2.869	.005

a. Dependen Variabel : Y

Sumber : Data diolah dengan Spss 27

Tabel tersebut memperlihatkan persamaan regresi linear berganda dengan empat variabel bebas menjadi:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 11.241 + 0.625 X_1 + 0.409 X_2 + 0.-095 X_3 + 0.-223 X_4 + 0$$

- a. Konstanta (a) = 11.241, nilai konstanta positif sebesar 11.241 memperlihatkan bahwasanya apabila variabel Gaya Hidup (X1), Motivasi (X2), Literasi Keuangan (X3), dan Pengelolaan Keuangan (X4) bernilai 0, maka Perilaku Konsumtif bernilai sebesar 11.241 satuan. Artinya, meskipun keempat faktor tersebut tidak berpengaruh (nol), masih terdapat tingkat perilaku konsumtif dasar sebesar 11.241.
- b. Koefisien Gaya Hidup (X1) = 0.652, nilai koefisien regresi 0.652 menunjukkan bahwa apabila variabel Gaya Hidup meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0.652 satuan. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

- c. Koefisien Motivasi (X_2) = 0.409, nilai koefisien regresi 0.409 menunjukkan bahwa variabel Motivasi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.409 satuan. Ini menunjukkan bahwa semakin besar motivasi (misalnya dorongan emosional atau keinginan pribadi), maka perilaku konsumtif juga meningkat.
- d. Koefisien Literasi Keuangan (X_3) = -0.095, nilai koefisien yang bernilai negatif sebesar -0,095 yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan Literasi Keuangan sebesar 1 satuan akan diikuti dengan penurunan Perilaku Konsumtif sebesar 0,095 satuan disertai asumsi variabel lain tetap. Dengan demikian, kecenderungan individu untuk menunjukkan perilaku konsumtif akan semakin berkurang seiring tingginya tingkat literasi keuangan individu, meskipun pengaruhnya relatif kecil dan tidak signifikan (Sig. = 0.500).
- e. Koefisien Pengelolaan Keuangan (X_4) = -0.223, nilai koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar -0.223 hal ini mengindikasikan bahwa ketika terjadi kenaikan Pengelolaan Keuangan sebesar 1 satuan akan disertai dengan penurunan Perilaku Konsumtif sebesar 0,223 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Maknanya, kecenderungan perilaku konsumtif individu akan semakin rendah seiring semakin baiknya kemampuan pengelolaan keuangan oleh individu. Pengaruh ini signifikan dengan nilai Sig. = 0.005.

2 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis melalui uji t diterapkan guna menilai signifikansi pengaruh tiap variabel bebas (gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif dalam belanja online) secara parsial. Variabel bebas dinyatakan sangat berpengaruh terhadap variabel terikat yang dimana ketika nilai signifikansi t (sig. t) < 0,05, sehingga hipotesis diterima. Kebalikannya, ketika nilai sig. t > 0,05, maka hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Variabel	Signifikan	Thitung	Ttabel	Keterangan
X1	Gaya Hidup	0,001	6.496	1,661	Diterima
X2	Motivasi	0,001	5.552	1,661	Diterima
X3	Literasi Keuangan	0,500	-0.677	1,661	Ditolak
X4	Pengelolaan Keuangan	0,005	-2.8969	1,661	Diterima

Sumber : Data diolah dengan Spss 27

- a. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (H_1). Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya nilai signifikansi pengaruh Gaya Hidup (X_1) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung sebesar 6,496 lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,661. Hal ini berarti variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, H_1 dinyatakan diterima. Maknanya, kecenderungan perilaku konsumtif individu dalam belanja *online* akan semakin besar seiring tingginya tingkat gaya hidup seseorang dalam hal ini adalah mahasiswa. Kecenderungan perilaku konsumtif dalam belanja online adalah fenomena di mana mahasiswa membeli barang secara berlebihan tanpa didasari kebutuhan nyata, melainkan demi kepuasan emosional sesaat atau gaya hidup.
- b. Pengaruh Motivasi terhadap Perilaku Konsumtif (H_2). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Motivasi (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung sebesar 5,552 lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,661. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Motivasi mempunyai pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, H_2 diterima. Artinya, semakin tinggi motivasi seseorang, seperti keinginan memperoleh kepuasan emosional atau mengikuti tren, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang ditunjukkan.
- c. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (H_3). Hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi pengaruh Literasi Keuangan (X_3) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,500 > 0,05$ serta nilai t hitung sebesar -0,677 yang lebih kecil dibandingkan dengan t tabel 1,661. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya perilaku konsumtif mahasiswa tidak diberi pengaruh signifikan oleh literasi keuangan. Alhasil, tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa belum mampu secara efektif mengendalikan perilaku konsumtif, yang kemungkinan disebabkan oleh belum optimalnya penerapan pengetahuan keuangan mahasiswa dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.
- d. Pengaruh Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (H_4). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Pengelolaan Keuangan (X_4) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,005 < 0,05$ serta nilai t hitung sebesar -2,896 yang melebihi t tabel 1,661. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya Perilaku Konsumtif diberi pengaruh negatif sekaligus signifikan oleh Pengelolaan Keuangan. Dengan demikian, H_4 dinyatakan diterima. Maknanya, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam melakukan pengelolaan keuangan, seperti menyusun anggaran, mengatur pengeluaran, dan menabung, maka kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif dalam aktivitas belanja *online* akan semakin menurun.

3 Uji Simultan (Uji f)

Pengujian hipotesis dengan uji F ini dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel independen (Gaya Hidup, Motivasi, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan) secara simultan terhadap variabel dependen (Perilaku konsumtif belanja *online*). Variabel berpengaruh secara simultan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan nilai signifikansinya berada di bawah 0,05. Sebaliknya, ketika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan nilai $sig > 0,05$. Hasil pengujian F terlihat di tabel 3 :

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	Variabel	Signifikan	Fhitung	Ftabel	Keterangan
X1, X2, X3, X4,	Gaya Hidup, Motivasi, Literasi Keuangan, Pengelolaan keuangan.	0,001	75.839	2.47	Diterima

Sumber : Data diolah dengan Spss 27

Menurut Tabel 4.10, diperoleh nilai signifikansi pengaruh Gaya Hidup (X_1), Motivasi (X_2), Literasi Keuangan (X_3), dan Pengelolaan Keuangan (X_4) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai F_{hitung} sebesar 75,839 lebih besar dibandingkan dengan F_{tabel} sebesar 2,47. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya keempat variabel bebas, yakni gaya hidup, motivasi, literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan, sangat mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara simultan. Dengan demikian, hipotesis H_s dapat dinyatakan diterima.

4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menilai sejauh mana model penelitian mampu menjelaskan perubahan pada variabel terikat. Nilai R^2 berada pada kisaran 0 sampai 1. Apabila nilai R^2 yang diperoleh relatif kecil, hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menguraikan variasi pada variabel terikat masih relatif terbatas. Sebaliknya, ketika nilai R^2 mendekati angka 1, maka dapat diartikan bahwa variabel bebas semakin mampu menggambarkan perubahan pada variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi pada penelitian ini, terlihat di Tabel 4:

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.762	.751	2.868
a. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, Motivasi, Literasi Keuangan				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber : Data diolah dengan Spss 27

Hasil analisis pada Tabel 4.11, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,751. Nilai tersebut memperlihatkan bahwasanya variabel bebas yang mencakup Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, Motivasi, dan Literasi Keuangan mampu menjelaskan variasi pada variabel terikat, yaitu Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, keempat variabel tersebut berkontribusi sebesar 75,1% terhadap Perilaku Konsumtif secara simultan, sementara sisanya sebesar 24,9% diberi pengaruh oleh faktor lainnya di luar variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif belanja *online* Mahasiswa Universitas Nusa Cendana

Hasil analisis, variabel Gaya Hidup (X_1) menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas yang sudah ditetapkan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hal tersebut mengindikasikan bahwa gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam aktivitas belanja *online* di Universitas Nusa Cendana secara parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian berlebihan melalui platform belanja daring akan semakin besar seiring semakin tingginya tingkat gaya hidup konsumtif mereka.

Secara konseptual, temuan ini menunjang *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menguraikan bahwasanya niat individu dalam melaksanakan suatu tindakan yang dipicu oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta *perceived behavioral control*. Dalam konteks ini, gaya hidup berperan dalam membentuk sikap individu terhadap kegiatan konsumsi sekaligus mendorong perilaku yang sesuai dengan norma sosial di sekitarnya. Gaya hidup konsumtif menyebabkan mahasiswa terdorong untuk melakukan pembelian sebagai bentuk penyesuaian terhadap lingkungan sosial, sehingga memperkuat niat untuk terlibat dalam perilaku konsumtif dalam belanja *online*.

Selain itu, hasil penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya dari (Rachman dkk., 2024) yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dalam aktivitas belanja *online* diberi pengaruh oleh gaya hidup; dengan kata lain, semakin meningkat tingkat gaya hidup, maka semakin besar pula kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian (Arfan, 2024) mengungkapkan bahwa gaya hidup, terutama yang bersifat modern dan konsumtif, dapat meningkatkan perilaku pembelian impulsif dan kurang rasional pada mahasiswa.

2. Pengaruh Motivasi terhadap Perilaku Konsumtif belanja online Mahasiswa Universitas Nusa Cendana

Hasil analisis variabel Motivasi (X_2) menunjukkan nilai signifikansi yang berada di bawah batas yang ditentukan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga secara parsial, motivasi memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa dalam aktivitas belanja *online* di Universitas Nusa Cendana. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan motivasi dari dalam ataupun dari luar individu cenderung meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian berlebihan melalui platform belanja daring. Secara konseptual, Temuan ini menunjang *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menguraikan tentang motivasi yang berperan dalam membangun sikap positif terhadap suatu perilaku serta memperkuat norma subjektif melalui tekanan atau pengaruh sosial. Motivasi yang kuat dalam berbelanja akan meningkatkan niat individu untuk melakukan perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja *online*.

Kemudian, temuan penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya dari (Arfan, 2024) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dalam aktivitas belanja *online* diberi pengaruh oleh motivasi. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya dorongan untuk melakukan pembelian, semakin tinggi pula kecenderungan individu melakukan konsumsi berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaat atau kebutuhan jangka panjang. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi termasuk salah satu faktor penting yang berperan dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif belanja online Mahasiswa Universitas Nusa Cendana

Hasil analisis variabel Literasi Keuangan (X_3) menunjukkan nilai signifikansi di atas batas yang ditentukan dan nilai t hitung bernilai negatif, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Alhasil, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam aktivitas belanja *online* di Universitas Nusa Cendana. Hasil menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan belum mampu mengendalikan perilaku konsumsi mereka. Meskipun memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, hal tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam praktik, sehingga tidak berdampak pada perilaku konsumtif.

Secara konseptual, temuan ini menunjang *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menguraikan bahwasanya literasi keuangan berperan dalam meningkatkannya *perceived behavioral control* seseorang dalam pengelolaan keuangan. Pemahaman keuangan yang memadai seharusnya membantu seseorang mengendalikan dorongan konsumsi impulsif dan memfasilitasi pengambilan keputusan secara lebih rasional.

Temuan ini ditunjang oleh penelitian (Rachman dkk., 2024) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online* tidak diberi pengaruh langsung oleh literasi keuangan. Akan tetapi, hasil ini tidak ditunjang oleh penelitian (Gama dkk., 2023) yang menemukan bahwa perilaku konsumtif diberi pengaruh oleh literasi keuangan, di mana tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi terkait dengan penurunan kecenderungan konsumtif pada mahasiswa.

4. Pengaruh Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif belanja online Mahasiswa Universitas Nusa Cendana

Hasil analisis variabel Pengelolaan Keuangan (X_4) menunjukkan nilai signifikansi di bawah batas yang ditentukan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga bisa dikatakan bahwa, pengelolaan keuangan terbukti sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* di Universitas Nusa Cendana. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan, misalnya melalui perencanaan anggaran dan pencatatan pengeluaran, menentukan prioritas, dan mengendalikan penggunaan uang, akan menurunkan kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara berlebihan.

Secara konseptual, temuan ini menunjang *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menguraikan bahwa pengelolaan keuangan berfungsi untuk memperkuat *perceived behavioral control* pada individu. Mahasiswa yang menerapkan perencanaan keuangan secara terstruktur dan disiplin dalam mengatur pengeluaran cenderung memiliki kontrol lebih baik atas perilaku konsumsi, sehingga mampu mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif.

Selain itu, temuan ini mendukung hasil penelitian (Sovia, 2021) yang mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja *online* diberi pengaruh oleh pengelolaan keuangan. Sehingga bisa dikatakan, bahwa semakin baik pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh mahasiswa, semakin kecil pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif.

5. Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif belanja online Mahasiswa Universitas Nusa Cendana.

Hasil analisis variabel Gaya Hidup, Motivasi, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dalam belanja *online* pada mahasiswa Universitas Nusa Cendana. Hal ini dapat dilihat dengan nilai signifikansi yang berada di bawah rata-rata, yang dimana H_a itu sudah ditetapkan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya, keempat variabel independen tersebut sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam aktivitas belanja *online* secara bersama-sama.

Meskipun hasil dari uji parsial (uji t) memperlihatkan bahwasanya literasi keuangan tidak sangat berpengaruh secara individual, variabel ini tetap memiliki peran dalam model regresi ketika dianalisis bersama variabel lain. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pengaruh literasi keuangan menjadi lebih terlihat ketika didukung oleh faktor-faktor tambahan, seperti gaya hidup, motivasi, dan pengelolaan keuangan. Dengan kata lain, literasi keuangan belum mampu memengaruhi perilaku konsumtif secara sendiri, namun berperan dalam memperkuat model ketika diuji secara simultan.

Secara konseptual, temuan ini mendukung pandangan Ajzen (1991) mengungkapkan bahwa perilaku individu diberi pengaruh oleh sikap, norma subjektif, serta *perceived behavioral control*. Gaya hidup dan motivasi dalam penelitian ini mencerminkan sikap serta norma subjektif mahasiswa yang cenderung mendorong perilaku konsumtif, terutama melalui pengaruh tren, media sosial, dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Sementara itu, literasi keuangan dan pengelolaan keuangan berfungsi sebagai *perceived behavioral control*, yaitu kapasitas individu untuk mengatur dan mengendalikan perilaku konsumtifnya.

Selain itu, hasil temuan ini sesuai dengan beberapa studi sebelumnya. Yang dimana hasil yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif diberi pengaruh oleh gaya hidup ditunjang oleh penelitian (Rachman dkk., 2024) dan (Arfan, 2024), yang mengemukakan bahwa gaya hidup modern serta berorientasi terhadap tren dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif mahasiswa. Selain itu, temuan terkait pengaruh signifikan motivasi konsisten dengan hasil penelitian (Arfan, 2024) yang menekankan bahwa motivasi merupakan faktor penting dalam mendorong perilaku konsumsi berlebihan. Di sisi lain, temuan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial sejalan dengan penelitian (Rachman dkk., 2024), meskipun berbeda dengan temuan (Gama dkk., 2023) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan mampu mengurangi perilaku konsumtif. Sementara itu, pengaruh signifikan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif ditunjang oleh penelitian (Sovia, 2021), yang mengungkapkan bahwa semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan, semakin rendah kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif saat berbelanja *online*. Dengan demikian, penelitian ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor, di mana gaya hidup dan motivasi berfungsi sebagai pendorong, sedangkan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan berfungsi sebagai faktor pengendali.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari pembahasan, bisa diambil sejumlah kesimpulannya mencakup: (1) Gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Cendana dalam aktivitas belanja *online*. (2) Motivasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Cendana dalam belanja *online*. (3) Literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*. (4) Pengelolaan keuangan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Cendana dalam aktivitas belanja *online*. (5) Secara simultan, variabel Gaya Hidup, Motivasi, Literasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online* Universitas Nusa Cendana dalam berbelanja *online*.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beragam pihak, khususnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di lingkungan Universitas Nusa Cendana, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong penyelenggaraan program edukasi keuangan, seperti seminar, pelatihan pengelolaan keuangan pribadi, maupun mata kuliah literasi keuangan yang bersifat aplikatif. Program ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mengendalikan perilaku konsumtif, khususnya saat berbelanja *online*. Bagi mahasiswa Universitas Nusa Cendana, penelitian ini diharapkan menjadi dorongan yang tidak hanya memahami literasi keuangan secara konseptual atau teori, tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik sehari-hari. Dengan demikian, mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtif dan lebih bijak dalam menggunakan sumber daya keuangan sesuai dengan kebutuhan, bukan semata-mata untuk memenuhi keinginan.

Selain itu, bagi peneliti berikutnya, studi ini diharapkan bisa memberikan referensi atau acuan buat peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel pengendalian diri (*self-control*). Hal ini relevan mengingat dalam *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991), kontrol diri merupakan komponen penting dari *perceived behavioral control* yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk memasukkan variabel pengaruh media sosial serta faktor transaksi digital, seperti penggunaan dompet digital dan layanan *paylater*. Hal ini merujuk pada teori perilaku konsumen, yang menjelaskan bahwa paparan media dan kemudahan sistem pembayaran dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif. Dengan memasukkan variabel-variabel tambahan tersebut, Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menyajikan pemahaman mendalam dan menyeluruh terkait faktor-faktor apa saja yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, S. N., & Khodijah, S. S. (2022). Motivasi Belanja Online Saat Pandemi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kelas Paralel Universitas Paramadina. *Inquiry: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 13(01), 84–94. <https://doi.org/10.51353/Inquiry.V13i01.548>
- Arfan, M. (2024). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, Dan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa Kota Bandar Lampung). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 121. [https://repository.radenintan.ac.id/35413/1/Bab 1%2c2 %26 Dapus.Pdf](https://repository.radenintan.ac.id/35413/1/Bab%201%20-%20Dapus.Pdf)
- Anhar Bani, Angeline Yuliana Artamevianti. (2025). Pengaruh Motivasi Pengembangan Karir Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Pertamina Patra Niaga Regional Kalimantan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 11(1), 11–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.51882/jamm.v11i1.113>
- Daud Syahril, Ali Sopian, Galih Pamungkas, R. P. (2025). Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Prilaku Konsumtif Generasi Z Pada Kewirausahaan Umkm Retail (Studi Kasus Mahasiswa Dalam Pembelian “Toko Een Underware” Di Bandar Lampung. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.51882/Jamm.V11i1.111>
- Gama Salasa, A. W., Buderini, L., & Astiti, N. P. Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pendapatan Terhadap Kkemampuan Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Generasi Z. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 15(1), 90–101. <https://doi.org/10.22225/Kr.15.1.2023.90-101>
- Mufarizzaturrizkiyah, Se, Dr. Abdul Aziz M.Ag, Leliya, S.H., M. . (2020). *E – Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa muslim Survey* (M. Dr. Hj. Een Kurnaesih. Skm., Mkes & Muh. Rana (Ed.)). Cv. Elsi Pro. [Http://Repository.Syekhnurjati.Ac.Id/Id/Eprint/4169](http://repository.syekh Nurjati.ac.id/Id/Eprint/4169)
- Purwanto Nuri, Budiyanto, Dan Suhermin. (2023). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: Implementasi Perilaku Electonic word of mouth pada konsumen marketplace. In F. A. R. Fahrul andriansyah (Ed.), *CV. Literasi Nusantara Abadi*. PT Literasi Nusantara Abadi Group.
- Pudjiati, Lestari Dian Catur. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Unit Instalasi Gizi Rumah Sakit Dr. Kanujoso Djatiwibowo Di Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 6(2), 66–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.51882/Jamm.V6i2.13>
- Pramudita Estu, Misidawati Dwi Novaria. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Marketing Effect, Modernitas Individu Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(4), 315–339. <https://doi.org/10.55606/Jekombis.V3i4.4422>
- Rachman Muchammad Zidane, A Agus Priyono, F. R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 13(01), 2241–2247. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24782>

- Rahayu, M. A., Widowati, M., & Handayani, J. (2021). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.31000/Almaal.V2i2.3201>
- Riyanto, A. D. (2024). Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024. Februari 21, 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Penggunaan Digital Payment Dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/Akunesa>
- Sari, R. P. (2024). Apjii _ Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. [https://www.cloudcomputing.id/berita/apjii-survei-penetrasi-internet#:~:text=Dari Hasil Survei%2c Terlihat Bahwa Penggunaan Mobile Data,Wifi Rumah Mengalami Peningkatan Dari 20%2c8%25 Menjadi 22%2c4%25](https://www.cloudcomputing.id/berita/apjii-survei-penetrasi-internet#:~:text=Dari%20Hasil%20Survei%20Terlihat%20Bahwa%20Penggunaan%20Mobile%20Data,Wifi%20Rumah%20Mengalami%20Peningkatan%20Dari%2020%2c8%25%20Menjadi%2022%2c4%25).
- Sovia, A. (2021). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2017 Febi Uin Antasari Banjarmasin. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 14(2), 26–58. <https://idr.uin-antasari.ac.id/17667/>
- Sucihati, F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Di Kota Makassar. *Jurnal Literasi Keuangan*, 1(1), 1–10. <https://osf.io/preprints/osf/fhv69>
- Warsidi, E. (2021). Perilaku Konsumtif Merusak Karakter Bangsa. In H. Restianti (Ed.), *CV. Rizky Aditya*.