

**Pengaruh *E-Commerce*, Uang Saku, Pengendalian Diri Dan Literasi
Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Setelah Masa
Pandemi Covid 19
(Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta angkatan 2021-
2023)**

Reza Fitria¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: rzaftria02@gmail.com

Rika Desiyanti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: rikadesiyanti@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-commerce*, uang saku, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa setelah masa pandemi covid 19. Variabel yang diteliti meliputi *e-commerce* (X1), uang saku (X2), pengendalian diri (X3) dan literasi keuangan (X4) sebagai variabel independen, serta perilaku konsumtif (Y) sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bung Hatta Angkatan 2021-2023. Sampel yang diambil 211 orang responden dengan menggunakan metode Proportionate Stratified Random Sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Smart PLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* dan uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *E-commerce*, Uang Saku, Pengendalian Diri, Literasi Keuangan

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of e-commerce, pocket money, self-control and financial literacy on students' consumptive behavior after the Covid-19 pandemic. The variables studied include e-commerce (X1), pocket money (X2), self-control (X3) and financial literacy (X4) as independent variables, and consumptive behavior (Y) as the dependent variable. The population in this study were Bung Hatta University students class 2021-2023. The sample taken was 211 respondents using the Proportionate Stratified Random Sampling method. The analysis technique used is Smart PLS 3. The results of this study indicate that e-commerce and pocket money have a positive effect on consumer behavior, self-control and financial literacy do not affect consumer behavior.

Keywords: : *E-commerce, Pocket Money, Self-Control, Financial Literacy*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membuat masyarakat mengalami banyak perubahan dalam menjalani kebiasaan sehari-hari. Tidak dapat dipungkiri bahwa perilaku yang dahulunya tidak dikenal tapi saat ini menjadi kebiasaan baru yang dilakukan oleh setiap individu. Seperti kebiasaan menggunakan masker dalam setiap aktivitas dan menjaga jarak dalam berinteraksi. Sejak pemerintah memperlakukan *social distancing* dengan konsep bekerja dari rumah (*work from home*) tanpa disadari telah sengaja mempengaruhi kebiasaan dan gaya hidup masyarakat yang tadinya beraktivitas secara bebas berubah kepada sistem dalam jaringan (daring).

Salah satu perubahan yang sangat terlihat pada masa pandemi Covid-19 adalah perilaku masyarakat yang cenderung bersifat konsumtif (Fitri et al., 2022). Hal ini ditandai dengan perilaku seseorang individu yang mengkonsumsi atau membeli sesuatu barang/jasa secara tidak rasional untuk memenuhi kebutuhannya, tetapi hanya untuk memenuhi kesenangan semata. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Prisillia (2020), menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan pembelian yang tidak dilakukan secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan hal ini terjadi dikarenakan ada desakan hati untuk membeli tanpa ada perencanaan terlebih dahulu. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan pembelian yang dilakukan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan dampaknya dan hanya bertujuan untuk memenuhi keinginan psikologis (kepuasan diri) semata.

Tabel 1 Survei Awal tentang Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	Jawaban									
		STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
1	Saya akan membeli suatu produk apabila disertai dengan potongan diskon, gratis ongkir dan pembelian hadiah (bonus) tertentu.	2	6,70%	1	3,30%	2	6,70%	10	33,30%	15	50%
2	Kemasan suatu produk yang rapi juga menentukan saat saya ingin membeli produk tersebut. Saya suka berbelanja produk dengan kemasan yang unik dan lucu.	1	3,30%	1	3,30%	2	6,70%	12	40%	14	46,70%
3	Saya membeli produk secara berlebihan dan kurang berguna bagi saya hanya untuk memuaskan rasa ingin dan kesenangan semata.	1	3,30%	4	13,30%	6	20%	16	53,30%	3	10%
4	Saya menggunakan produk mahal untuk menjaga penampilan dan menarik perhatian orang.	1	3,30%	1	3,30%	5	16,70%	16	53,30%	7	23,30%
5	Saya tertarik membeli sesuatu produk walaupun hanya sekedar mengikuti orang lain.	1	3,30%	6	20%	3	10%	15	50%	5	16,70%
6	Saya membeli barang karna keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan saat membeli.	2	6,70%	3	10%	4	13,30%	9	30%	12	40%
Rata - rata		5%		9%		12%		43%		31%	

Sumber: data diolah, (2024)

Penelitian ini telah melakukan survei awal dengan menyebarkan kuisioner penelitian melalui google form kepada 30 responden mahasiswa di Universitas Bung Hatta. Tujuan dari survei ini adalah untuk mengetahui fenomena apakah mahasiswa Universitas Bung Hatta memiliki perilaku konsumtif yang rendah atau tinggi. Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa 5% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS), 9% responden menjawab Tidak Setuju (TS), 12% responden menjawab Netral (N), 43% responden menjawab Setuju (S) dan 31% responden yang menjawab sangat setuju (SS). Dari data tersebut menunjukkan bahwa persentase rata-rata yang paling tinggi yaitu 43% Setuju responden mahasiswa Universitas Bung Hatta cenderung tinggi memiliki perilaku konsumtif.

Maka dapat diasumsikan bahwa perilaku konsumtif yang tinggi pada mahasiswa ini dapat menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif perilaku konsumtif menurut Alvian dan Fauziah (2019), antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang. Masa setelah pandemi dipilih dalam penelitian ini, karena ingin mengetahui apakah mahasiswa masih memiliki perilaku konsumtif yang berlebihan dalam kehidupan sehari-hari.

Perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya *e-commerce*. Menurut pendapat Anggaraeni dan Widayati (2022), *e-commerce* memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu dengan banyaknya promo, metode pembayaran yang memudahkan konsumen, gratis ongkir, diskon, harga barang yang lebih murah dan lain sebagainya. Dengan adanya penawaran-penawaran yang dapat menarik konsumen akan menjadikan masyarakat khususnya mahasiswa lebih bersikap konsumtif. Mahasiswa sering belanja melalui *e-commerce* terus menerus, sehingga mengalami pembelian secara berlebihan serta sulit mengatur keuangannya dengan baik.

Faktor lainnya yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa adalah kekayaan yang sering disebut dengan uang saku. Uang saku merupakan salah satu faktor penting perilaku konsumtif, dimana dengan pengalokasian uang saku pada periode tertentu tidak stabil maka akan memicu tingginya perilaku konsumtif (Armelia & Irianto, 2021). Uang saku merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang dari orang tuanya dan selanjutnya uang ini dapat mempengaruhi pola konsumsi baik rutin maupun tidak rutin yang digunakan mahasiswa untuk membeli produk yang diinginkan (Rozaini & Harahap, 2019). Maka penting bagi setiap mahasiswa untuk dapat mengelola keuangan yang dimiliki agar dapat terkendali dengan baik, salah satu cara yang digunakan yaitu dengan melakukan pengendalian diri atau kontrol diri.

Pengendalian diri adalah kemampuan untuk mengendalikan perilaku seseorang ketika dihadapkan dengan tantangan dan godaan, dan dikaitkan juga dengan kesejahteraan fisiologis dan psikologis, serta sebagai kapasitas untuk mengubah perilaku yang tidak diinginkan (Willems et al., 2019). Pengendalian diri juga merupakan cara individu dalam mengontrol perilaku, mengontrol kognisi dan mengontrol keputusan. Individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar benar dibutuhkan atau tidak (Nainggolan, 2022). Berdasarkan beberapa penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwasanya selain melakukan pengendalian diri juga diperlukan pengetahuan terhadap literasi keuangan.

Literasi keuangan adalah wawasan, keterampilan dan model bagian yang mempengaruhi perilaku dan sikap untuk memperbaiki kualitas pengambilan keputusan dan manajemen (Asisi & Purwantoro, 2020). Kondisi keuangan dan taraf hidup akan lebih baik apabila seseorang mampu meningkatkan literasi keuangannya. Tingginya pemahaman literasi keuangan akan menjadikan seseorang cerdas dalam membeli barang, mengatur keuangan, dan merencanakan masa depan. Pemahaman literasi keuangan yang rendah dapat menciptakan individu semakin konsumtif karena tidak mampu mengelola uang yang dimiliki dengan tepat.

KAJIAN LITERATUR

Theory Behaviorisme

Teori *behaviorisme* yang dikemukakan oleh Watson (1913) ini dianggap teori yang sesuai dengan landasan penelitian perilaku konsumtif, karena di era saat ini khususnya di lingkungan mahasiswa mereka cepat sekali terpengaruh oleh keadaan sekitar terkhusus teman-temannya atau bisa dibilang mengikuti trend dalam kegiatan konsumsi. Kebanyakan dari mahasiswa mengkonsumsi secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, dan juga terpengaruh oleh faktor lingkungan, hanya untuk merasa terlihat wah dan berharga karena selevel dengan teman maupun lingkungannya.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku pada seseorang yang terjadi ketika individu mempunyai keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang secara berlebihan. Individu selalu mencapai kepuasan akhir dengan mengkonsumsi barang yang bukan sekedar mencukupi kebutuhannya tetapi untuk memenuhi keinginan-keinginannya (Sari et al., 2023). Perilaku masyarakat seperti inilah yang cenderung melakukan pola perilaku konsumtif. Adanya gaya hidup di lingkungan masyarakat membuat masyarakat tidak dapat mengendalikan pola hidup yang tidak terbatas seperti halnya cara berpakaian, gaya hidup yang serba mewah, dan perubahan perilaku konsumsinya.

Menurut Anggraeni (2022), terdapat beberapa ciri utama dari perilaku konsumtif diantaranya ialah : 1.) Impulsif dalam berbelanja. 2.) Prioritas pada gaya hidup mewah. 3.) Kebahagiaan jangka pendek. 4.) Pengeluaran melebihi pendapatan. 5.) Kecenderungan mengumpulkan barang. 6.) Pengaruh sosial dan media. 7.) Kurangnya perencanaan keuangan. 8.) Kecenderungan untuk mencari validasi.

E-commerce

E-commerce merupakan teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Sikki et al., 2022). Secara sederhana pengertian *e-commerce* dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi jual-beli barang, servis atau transmisi dana atau data dengan menggunakan elektronik yang terhubung dengan internet.

Ada beberapa kelebihan yang dimiliki *e-commerce* dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*, antara lain : 1.) Produk, banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet seperti pakaian, mobil, sepeda dll. 2.) Tempat menjual produk, tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting. 3.) Cara menerima pesanan, email, telpon, sms dan lain-lain. 4.) Cara pembayaran, *credit card*, *paypal*, tunai. 5.) Metode pengiriman, menggunakan pos indonesia, EMS dan JNE. 6.) *Customer service*, email, *contact us*, telepon dan chat jika tersedia dalam *software* (Pangestuti et al., 2023).

Uang Saku

Uang saku digunakan untuk memenuhi kebutuhan baik yang berkaitan dengan perkuliahan maupun di luar perkuliahan. Orang tua memberikan uang saku dengan tujuan agar seseorang dapat mengelola keuangannya secara mandiri. Uang saku diartikan juga sebagai pendapatan (Sari & Listiadi, 2021). Uang saku juga merupakan suatu hal yang penting dalam memuaskan kebutuhan ataupun keinginan. Uang saku memiliki hubungan yang erat dengan konsumsi. Mahasiswa yang setiap bulannya mendapatkan uang saku yang cukup tinggi

biasanya tingkat konsumsinya juga tinggi, selain untuk membeli segala sesuatu yang menjadi kebutuhan mereka juga akan memenuhi keinginannya. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Fauzziyah dan Widayati (2020), “Umumnya mahasiswa yang mendapatkan uang saku yang semakin besar, maka perilaku konsumtifnya dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan juga semakin besar”.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi uang saku menurut Mutia (2018), adalah : 1.) Untuk mengajarkan anak dalam mengelola uang. 2.) Mengajarkan anak untuk dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. 3.) Memupuk rasa tanggung jawab pada anak. 4.) Orang tua merasa khawatir anaknya akan memerlukan uang pada saat mendesak. Setiap orang tua pasti tidak ingin anaknya merasa kesusahan. Mungkin saja suatu saat terjadi sesuatu pada anak sehingga anak diperlukan untuk menggunakan uang. Untuk berjaga-jaga terhadap hal tersebut, maka diberikanlah uang saku.

Pengendalian Diri

Pengendalian diri merupakan salah satu bentuk kemampuan individu untuk mengendalikan diri, mengontrol dan mengatur perilaku yang akan muncul sesuai dengan lingkungan, serta membantu individu dalam mengambil keputusan berdasarkan beberapa penilaian melalui proses informasi (Mulyawan et al., 2022). Pengendalian diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan dibeli. Individu yang memiliki pengendalian diri yang rendah sering kali mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi atas tindakan yang mereka lakukan, sedangkan individu yang memiliki pengendalian diri yang tinggi akan cenderung memperhatikan tingkah laku yang tepat untuk digunakan dalam berbagai macam situasi/kondisi.

Menurut Fattah dan Indriayu (2017), terdapat tiga aspek pengendalian diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol keputusan (*decisional control*).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui keuangan secara *umum*, dimana pengetahuan tersebut mencakup tabungan, investasi, hutang, asuransi serta perangkat keuangan lainnya. Menurut Arianti (2022), literasi keuangan merupakan alat ukur sejauh mana seseorang memahami kunci konsep keuangan, memiliki kemampuan serta percaya diri untuk mengelola keuangan pribadi dengan tepat, baik perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang serta sadar terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Ada beberapa elemen kunci dari kemampuan dan pengetahuan literasi keuangan menurut Suryanto dan Rasmini (2018), yaitu: 1.) Pengetahuan matematis dan pengetahuan standar seperti angka dasar dan kemampuan dalam memahami. 2.) Pemahaman keuangan mengenai sifat dasar dan bentuk uang. 3.) Kompetensi keuangan seperti memahami ciri - ciri utama dari layanan dasar keuangan. 4.) Sadar akan risiko - risiko yang berhubungan dengan produk keuangan, dan memahami hubungan antara risiko dan pendapatan. 5.) Tanggung jawab keuangan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Menurut penelitian dari Nurjannah et al. (2023), mengkaji bahwa faktor perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Makasar. Penelitian ini hanya menitik beratkan pada alasan berperilaku konsumtif dengan berbelanja online yakni kepraktisan, harga murah dan promo yang tersedia, banyak pilihan, dan efektivitas. Didukung oleh riset Saswiana et al. (2020) yang menyebutkan bahwa *e-commerce* memberikan dampak pada perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Penelitian dari Oktaviani et al. (2023), juga mendukung bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kecanggihan dan kelengkapan dalam *e-commerce* akan dapat meningkatkan sifat perilaku konsumtif pada diri mahasiswa. Juga didukung oleh penelitian dari Mulyati (2021) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan transaksi *e-commerce* shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi transaksi yang dilakukan akan cenderung meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Serta didukung juga oleh penelitian yang dilakukan Saputro et al. (2021) menjelaskan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H1 : *E-commerce* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Menurut penelitian dari Hidayah dan Bowo (2019), menyatakan bahwa uang saku mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan. Pada penelitian Kumalasari dan Soesilo (2019), menunjukkan hasil perilaku konsumtif dipengaruhi secara positif oleh variabel uang saku. Uang saku yang semakin tinggi diduga dapat meningkatkan konsumsi seseorang mahasiswa. Didukung oleh penelitian Siti Mubarakah dan Pratiwi (2022), mengatakan bahwa variabel uang saku mempengaruhi secara positif dan signifikan pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, jika penggunaan uang saku meningkat, maka akan berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian dari Rismayanti dan Oktapiani (2020), juga menyatakan bahwa uang saku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi uang saku yang diterima oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal ini disebabkan mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif dan suka membeli produk yang diinginkannya. Dan dapat didukung oleh penelitian dari Praditha et al. (2023), yang menjelaskan bahwa uang saku bulanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa kost di daerah Sukarame. Hal tersebut terjadi karena uang saku bulanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, karena ketika uang saku bulanan meningkat, kemampuan seseorang untuk membeli aneka kebutuhan maka perilaku konsumtif menjadi semakin besar atau mungkin juga pola hidup menjadi makin konsumtif.

H2 : Uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Menurut penelitian dari Wati et al. (2024), variabel pengendalian diri mempunyai serta yang dapat diartikan bahwa pengendalian diri secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan arah negatif. Didukung juga oleh penelitian dari Kharimah dan Hanif (2023), bahwa terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku mahasiswa Prodi Psikologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dan dapat diartikan bahwa apabila tingkat kontrol diri rendah menyebabkan tingkat perilaku konsumtif meningkat. Sejalan dengan penelitian dari Hartati et al. (2023), yang menjelaskan bahwa pengendalian diri tidak memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN STS Jambi, karena mahasiswa FEBI UIN STS Jambi memiliki pengendalian diri yang masih tergolong lemah, terbukti dari hasil penyebaran kuesioner yang menunjukkan bahwa mahasiswa masih gampang terpengaruh dalam melakukan pembelian barang ataupun jasa.

Penelitian Lestari et al. (2024), dari juga membuktikan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian dari Ashari dan Kade (2023), menyatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengendalian diri pada mahasiswa sangatlah penting agar mahasiswa mampu mengendalikan keinginan-keinginan yang berlebihan dari dalam diri. Ketika pengendalian diri pada mahasiswa lemah maka akan mudah untuk mahasiswa berperilaku konsumtif.

H3: Pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Menurut penelitian dari Abdullah et al. (2022), literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. Pada penelitian dari Rahmawati dan Putri (2023), menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif. Ketika literasi keuangan mahasiswa semakin menurun maka perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat. Semakin rendah literasi ekonomi mahasiswa pendidikan ekonomi maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa juga akan meningkat.

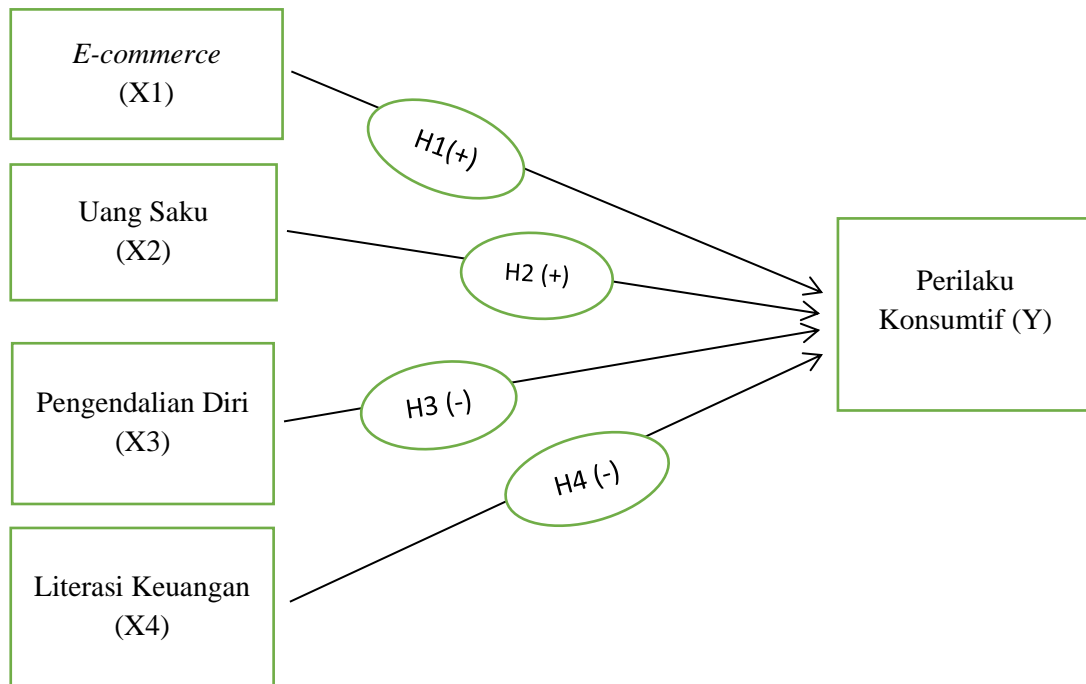
Didukung juga oleh penelitian dari Syariifah dan Yuliana (2022), menyatakan bahwa literasi keuangan berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya penelitian dari Alfiyansyah et al. (2024), literasi keuangan berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif diartikan bahwa semakin rendah kemampuan literasi keuangan maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Dan didukung juga oleh penelitian dari Fadhilah (2023), menjelaskan bahwasannya literasi keuangan memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H3: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Kerangka Konseptual

Penelitian dilakukan guna menganalisis dampak *e-commerce* (X1), uang saku (X2), pengendalian diri (X3), literasi keuangan (X4) pada perilaku konsumtif (Y). Hubungan antar variabel digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1 Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa S1 di Universitas Bung Hatta angkatan 2021-2023 sebanyak 3.536 orang.

Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Universitas Bung Hatta Angkatan 2021-2023

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	FEB	670
2	FH	674
3	FKIP	825
4	FTSP	594
5	FPIK	98
6	FIB	104
7	FTI	571
Total		3.536

Sumber: TU Universitas Bung Hatta, (2024)

Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian, digunakan metode *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis pengambilan sampel yang digunakan *Proportionate Stratified Random Sampling* yang mana teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional.

Berdasarkan hasil perhitungan sampel yang diperoleh dengan rumus slovin, maka diperoleh paling sedikit adalah 98 orang. Untuk memudahkan penelitian, maka dapat dihitung jumlah sampel untuk *Proportionate Stratified Random Sampling* setiap fakultas sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Hitungan Sampel

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Hasil Hitungan Sampel
1	FEB	670	18
2	FH	674	19
3	FKIP	825	23
4	FTSP	594	16
5	FPIK	98	3
6	FIB	104	3
7	FTI	571	16
Total		3.536	98

Sumber: data diolah, (2024)

Dari data diatas diperoleh hasil sebanyak 98 responden. Untuk meminimalisir kekurangan maka digunakan menjadi 100 responden. Maka sampel yang digunakan di Universitas Bung Hatta minimal 100 responden.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan dan menampilkan data yang ada. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono, (2019), mengatakan data primer adalah data penelitian yang bisa didapatkan secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner, yang mana peneliti menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan data melalui angket atau *google form* yang dibagikan kepada Mahasiswa di Universitas Bung Hatta dengan menggunakan skala likert.

Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan atau angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematis atau statistika.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah software *SmartPLS3* yang dijalankan dengan media komputer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dari 25 September sampai 20 November 2024. *Response rate* atau tingkat campai responden penelitian sebesar 97% sebanyak 211 responden profil responden, analisis deskriptif masing masing variabel, *Measurement Model Assessment*, analisis *R square*, dan *Structural Model Assessment*.

Proses pengolahan data dilakukan menggunakan *Smart PLS 3*. Berdasarkan tahapan pengolahan data yang telah dilakuakan, berikut ini gambaran demografi responden dalam penelitian ini:

Tabel 4 Profil Responden

Demografi	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tahun Angkatan	2021	64	30.3
	2022	92	43.6
	2023	55	26.1
Total		211	100
Fakultas	FEB	39	18.5
	FH	38	18
	FKIP	39	18.5
	FTSP	29	13.7
	FPIK	16	7.58
	FIB	10	4.74
	FTI	40	19
Total		211	100

Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa mahasiswa angkatan 2021 yaitu sebanyak 64 orang (30,3%), mahasiswa angkatan 2022 sebanyak 92 orang (43,6%) dan mahasiswa angkatan 2023 sebanyak 55 orang (26,1%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh angkatan 2022 . Berdasarkan fakultasnya dapat diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari FTI sebanyak 40 orang (19%) dan fakultas yang sedikit respondennya berasal dari FIB sebanyak 10 orang (4,74%).

Measurement Model Assessment

Measurement Model Assessment (MMA) berguna untuk mengetahui hubungan antara item-item pernyataan dengan konstruk/variabel yang terdiri dari *convergent validity* dan *discriminant validity* (Hair et al., 2014).

Convergent Validity

Terdapat empat kriteria *convergent validity* yang harus dipenuhi yaitu item akan dinyatakan valid jika *outer loadings* >0,7 dan dikatakan reliabel jika koefisien *cronbach's alpha* > 0,7; nilai *composite reliability* > 0,7 dan nilai *Average Variance Extract* (AVE) yang dapat diterima adalah > 0,5 (Hair et al., 2014).

Tabel 5 Hasil Analisis *Outer Loadings*

	E-commerce	Literasi Keuangan	Pengendalian Diri	Perilaku Konsumtif	Uang Saku
E 1	0.800				
E 2	0.719				
E 3	0.855				
E 4	0.854				
E 5	0.804				
LK 1		0.774			
LK 2		0.811			
LK 3		0.803			
LK 4		0.710			
LK 5		0.808			
LK 6		0.851			
LK 7		0.813			
LK 8		0.770			
PD 1			0.835		
PD 2			0.888		
PD 3			0.860		
PD 4			0.867		
PD 5			0.832		
PD 6			0.737		
PK 1				0.765	
PK 2				0.812	
PK 3				0.815	
PK 4				0.837	
PK 5				0.828	
PK 6				0.717	
PK 7				0.786	
PK 8				0.772	
US 1					0.793
US 2					0.786
US 3					0.735
US 4					0.883
US 5					0.853

Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa semua item pernyataan digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumtif memiliki nilai *outer loadings* diatas 0.7 dan dinyatakan valid. Variabel *e-commerce* terdapat terdapat 5 item pernyataan memiliki nilai *outer loadings* > 0.7 (besar dari 0.7) dan dinyatakan valid. Variabel uang saku terdapat 5 item pernyataan yang memiliki nilai *outer loadings* > 0,7 (besar dari 0.7) dan dinyatakan valid. Variabel pengendalian diri memiliki 6 item pernyataan memiliki nilai *outer loadings* > 0.7 (besar dari 0.7) dan dinyatakan valid. Variabel literasi keuangan memiliki 8 item pernyataan memiliki nilai *outer loadings* > 0.7 (besar dari 0.7) dan dinyatakan valid

Setelah dilakukan analisis *outer loadings*, selanjutnya dapat disajikan hasil analisis cronbach's *alpha*, *composite reliability*, dan *average extracted variance* (AVE) sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Analisis *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan *AVE*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
E-commerce	0.882	0.904	0.653
Literasi Keuangan	0.928	0.931	0.630
Pengendalian Diri	0.919	0.934	0.702
Perilaku Konsumtif	0.916	0.931	0.628
Uang Saku	0.900	0.906	0.659

Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki *cronbach's alpha* > 0,7, *composite reliability* > 0,7 dan *AVE* > 0,5 atau telah memenuhi ketentuan yang ditetapkan (Hair et al., 2014).

Discriminant validity

Discriminant validity menunjukkan keunikan konstruk dari konstruk lain. Pengukuran discriminant validity metode cross loadings dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 7 Hasil Analisis Discriminant Validity dengan Metode Cross Loadings

	E-commerce	Literasi Keuangan	Pengendalian Diri	Perilaku Konsumtif	Uang Saku
E 1	0.800	0.221	0.161	0.121	0.159
E 2	0.719	0.219	0.192	0.075	0.114
E 3	0.855	0.223	0.228	0.295	0.148
E 4	0.854	0.324	0.209	0.260	0.123
E 5	0.804	0.235	0.189	0.133	0.118
LK 1	0.233	0.774	0.334	0.047	0.138
LK 2	0.290	0.811	0.358	0.079	0.215
LK 3	0.284	0.803	0.241	0.083	0.148
LK 4	0.184	0.710	0.280	-0.034	0.088
LK 5	0.219	0.808	0.267	0.090	0.075
LK 6	0.225	0.851	0.214	0.137	0.130
LK 7	0.235	0.813	0.270	0.008	0.110
LK 8	0.243	0.770	0.282	0.037	0.146
PD 1	0.197	0.279	0.835	0.029	0.238
PD 2	0.143	0.292	0.888	0.164	0.196
PD 3	0.228	0.259	0.860	0.082	0.246
PD 4	0.253	0.327	0.867	0.096	0.208
PD 5	0.247	0.269	0.832	0.095	0.234
PD 6	0.253	0.201	0.737	0.052	0.117
PK 1	0.292	0.065	0.134	0.765	0.148
PK 2	0.232	0.063	0.118	0.812	0.171
PK 3	0.281	0.074	0.087	0.815	0.199
PK 4	0.145	0.132	0.096	0.837	0.217
PK 5	0.146	0.119	0.071	0.828	0.179
PK 6	0.153	0.041	0.091	0.717	0.070
PK 7	0.149	0.152	0.030	0.786	0.191
PK 8	0.198	0.130	0.147	0.772	0.215
US 1	0.104	0.205	0.211	0.063	0.793
US 2	0.223	0.184	0.219	0.116	0.786
US 3	0.118	0.203	0.203	0.020	0.735
US 4	0.065	0.125	0.181	0.275	0.883
US 5	0.210	0.128	0.235	0.170	0.853

Sumber: data diolah, (2024)

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa item PK1, PK2, PK3, PK4, PK5, PK6, PK7 dan PK8 memiliki nilai loading paling tinggi dan terkelompok kedalam kolompok perilaku konsumtif. Hal ini bermakna bahwa item-item tersebut (PK1, PK2, PK3, PK4, PK5, PK6, PK7 dan PK8) dapat dipercaya mengukur variabel perilaku konsumtif. Begitu juga dengan item E1, E2, E3, E4 dan E5, memiliki nilai loading paling tinggi dan terkelompok kedalam kolompok *e-commerce*. Hal ini bermakna bahwa item-item tersebut (E1, E2, E3, E4 dan E5) dapat dipercaya mengukur variabel *e-commerce*. Selanjutnya, item US1, US2, US3, US4, dan US5 memiliki nilai loading paling tinggi dan terkelompok kedalam kolompok uang saku. Hal ini bermakna bahwa item-item tersebut (US1, US2, US3, US4 dan US5) dapat dipercaya mengukur variabel uang saku. Item PD1, PD2, PD3, PD4, PD5 dan PD6 memiliki nilai loading paling tinggi dan terkelompok kedalam kolompok pengendalian diri, hal ini bermakna bahwa item tersebut (PD1, PD2, PD3, PD4, PD5 dan PD6) dapat dipercaya mengukur variabel pengendalian diri. Dan item LK1, LK2, LK3, LK4, LK5, LK6, LK7 dan LK8 memiliki nilai loading paling tinggi dan terkelompok kedalam kolompok literasi keuangan, hal ini bermakna bahwa item tersebut (LK1, LK2, LK3, LK4, LK5, LK6, LK7 dan LK8) dapat dipercaya mengukur variabel literasi keuangan.

Analisis R Square

R square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya (eksogen). Hasil analisis *R Square* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Analisis R Square

	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Konsumtif	0.104	0.087

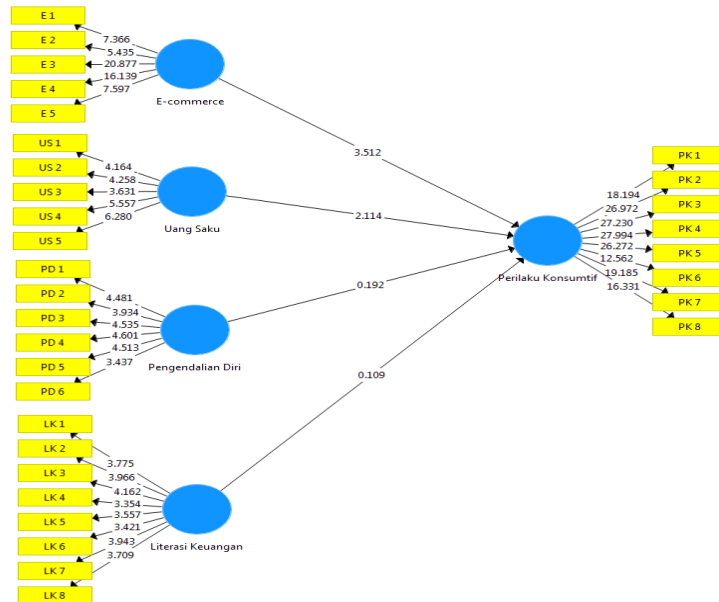
Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa variabel perilaku konsumtif memiliki R^2 sebesar 0,104 yang dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh *e-commerce*, uang saku, pengendalian diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah 10% dan tergolong lemah (Hair et al., 2014).

Structural Model Assessment (SMA)

Structural Model Assessment (SMA) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten menggunakan prosedur bootstrapping. Untuk mengetahui suatu variabel laten berpengaruh atau tidak terhadap variabel laten lainnya dilihat jika suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen memiliki *T statistic* $> 1,96$ dan *p values* $< 0,05$, maka dapat diartikan variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen dan sebaliknya.

Gambar 2 Structural Model Assessment



Tabel 10 Hasil Analisis *Structural Model Assessment*

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
E-commerce -> Perilaku Konsumtif	0.224	3.512	0.000
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0.015	0.109	0.913
Pengendalian Diri -> Perilaku Konsumtif	0.021	0.192	0.848
Uang Saku -> Perilaku Konsumtif	0.181	2.114	0.035

Sumber: data diolah, (2025)

Berdasarkan gambar pada Tabel 10 dapat diartikan, *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif memiliki *original sample* 0,224 (bertanda positif), *T statistic* 3,512 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (H1 diterima), uang saku terhadap perilaku konsumtif memiliki *original sample* 0,181 (bertanda positif), *T statistic* 2,114 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,035 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (H2 diterima), pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif memiliki *original sample* 0,021 (bertanda positif), *T statistic* 0,192 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,848 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (H3 ditolak), literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif memiliki *original sample* 0,015 (bertanda positif), *T statistic* 0,109 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,913 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (H4 ditolak).

Pembahasan

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa setelah masa pandemi covid 19

E-commerce berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi seperti adanya iklan yang menarik, akses yang mudah dan luas terhadap berbagai produk, *platform e-commerce* yang menawarkan diskon (diskon produk, diskon tanggal kembar dan gratis ongkos kirim), bonus yang menarik, kemudahan dalam bertransaksi, serta adanya rating dan ulasan produk yang tersedia. Hal ini tentu mempengaruhi perilaku mahasiswa menjadi impulsif dalam memberi produk yang sebenarnya tidak mereka butuhkan karena sudah merasa nyaman dan terbiasa dengan adanya kepraktisan yang tersedia di *e-commerce* dan memicu perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu, penelitian dari Nurjannah et al. (2023), yang mengkaji bahwa faktor perilaku konsumtif mahasiswa hanya menitik beratkan pada alasan berperilaku konsumtif dengan berbelanja online karena adanya kepraktisan, harga murah dan promo yang tersedia. Didukung juga oleh penelitian dari Oktaviani et al. (2023), yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, itu terjadi karena adanya kecanggihan dan kelengkapan dalam *e-commerce* yang dapat meningkatkan sifat perilaku konsumtif pada diri mahasiswa. Dan didukung oleh penelitian dari Mulyati (2021), yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dari transaksi *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang artinya semakin tinggi transaksi yang dilakukan akan cenderung meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa setelah masa pandemi covid 19

Hasil penelitian yang sudah dilakukan uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini karena adanya uang saku yang memadai, dapat meningkatkan daya beli mahasiswa yang pada akhirnya mendorong mereka untuk lebih sering berbelanja atau mencoba tren baru. Selain itu mahasiswa yang memiliki uang saku dalam jumlah besar cenderung lebih mudah tergoda untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan, pakaian bermerek dan menghabiskan uang untuk nongkrong di cafe. Kurangnya kesadaran dalam mengelola keuangan dapat menyebabkan mahasiswa menjadi boros dan kesulitan menyisihkan uang saku untuk keperluan yang lebih penting di masa depan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Kumalasari dan Soesilo (2019), menunjukkan hasil perilaku konsumtif dipengaruhi secara positif oleh variabel uang saku. Uang saku yang semakin tinggi diduga dapat meningkatkan konsumsi seseorang mahasiswa. Didukung juga oleh penelitian Siti Mubarakah dan Pratiwi (2022), yang mengatakan bahwa variabel uang saku mempengaruhi secara positif dan signifikan pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, jika penggunaan uang saku meningkat, maka akan berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Dan didukung juga oleh penelitian dari Rismayanti dan Oktapiani (2020), juga menyatakan bahwa uang saku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi uang saku yang diterima oleh mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal ini disebabkan mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif dan suka membeli produk yang diinginkannya.

Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa setelah masa pandemi covid 19

Pengendalian diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa karena adanya kemudahan akses dalam berbelanja, seperti penggunaan *e-commerce* yang sering kali membuat mereka kurang mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Kemudahan ini mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif tanpa melakukan evaluasi yang matang terhadap manfaat dan urgensi barang tersebut. Selain itu, berbagai penawaran menarik seperti diskon, promo, dan gratis ongkir semakin melemahkan pengendalian diri dalam mengatur pengeluaran, sehingga mahasiswa cenderung membeli lebih banyak dari yang direncanakan. Dorongan untuk memanfaatkan kesempatan hemat yang ditawarkan membuat mereka sulit menahan keinginan berbelanja, meskipun pada akhirnya justru mengeluarkan lebih banyak uang. Akibatnya, perilaku konsumtif meningkat karena keputusan pembelian didorong oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan dari promo, bukan berdasarkan kebutuhan yang sebenarnya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Burhan et al. (2023), yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, penelitian dari Sufatmi dan Purwanto (2021), juga menyatakan bahwa pengendalian diri tidak memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* yang berarti sebaik apapun tingkat pengendalian diri seseorang tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian dari Ahmad (2024), juga menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini memiliki arti bahwa tingginya perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh rendahnya pengendalian diri mahasiswa.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa setelah masa pandemi covid 19

Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa karena pengetahuan tentang pengelolaan keuangan tidak selalu diikuti dengan penerapan yang efektif dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun mahasiswa memahami pentingnya menabung, mengatur anggaran, dan berbelanja secara bijak, mereka sering kali tetap tergoda oleh faktor eksternal seperti tren gaya hidup, tekanan sosial, serta kemudahan akses belanja online. Dalam situasi ini, keinginan untuk memenuhi gaya hidup atau mengikuti arus pergaulan sering kali lebih kuat daripada kesadaran finansial yang dimiliki. Oleh karena itu, meskipun memiliki literasi keuangan yang baik, mahasiswa tidak selalu mampu mengendalikan perilaku konsumtif mereka.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Lumbantobing dan Siagian (2023) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian dari Winarta et al. (2019) juga menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, bisa saja seseorang dengan literasi keuangan tinggi tetap memiliki perilaku konsumtif yang tinggi begitupun sebaliknya. Selanjutnya, penelitian dari Aini dan Rahayuningsih (2024), juga menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap variasi perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi praktis serta pedoman dan masukan bagi mahasiswa Universitas Bung Hatta. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Bung Hatta setelah masa pandemi covid 19 dalam kategori cukup tinggi. Oleh sebab itu untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa agar tidak cukup tinggi, maka perlu dilakukan berbagai upaya mahasiswa di masa mendatang.

Adapun yang dapat dilakukan oleh mahasiswa untuk mengurangi perilaku konsumtif, yaitu dengan cara mengurangi tindakan yang terdapat pada item pernyataan di TCR yang tinggi, misalnya dalam penggunaan *e-commerce* mahasiswa harus dapat membeli produk atau barang yang sesuai dengan kebutuhan dibandingkan dengan keinginan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Iain Parepare. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 15(1), 37–48.
- Aini, P. N., & Rahayuningsih, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 1–9.
- Alvian, N., & Fauziah, N. (2019). *Hubungan Antara Secure Attachment Orang Tua- Anak Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA Islam Hidayatullah Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Anggaraeni, M., & Widayati, S. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang*. 3(2), 43–50.
- Anggraeni, Y. (2022). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa. *UNISSULA*, 33(1), 1–74.
- Arianti, B. F. (2022). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*.
- Ashari, N. A. I., & Kade, I. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, Gaya Hidup, Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Surakarta. *Journal Transformation of Mandalika*, 4(5), 160–169.
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Burhan, N. S., Noviani, L., & Sangka, K. B. (2023). Pengaruh Kemudahan Belanja Onlinedan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Peminatan Ekonomi Sebagai Variabel Moderator. *Journal on Education*, 5(4), 15058–15068.
- Fattah, F. A., & Indriayu, M. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 11–21.
- Fauzziyah, N., & Widayati, S. (2020). Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 24. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1224>
- Fitri, W., Putri, J. S., Putri, J. S., Fadhilah, F., Fadhilah, F., Elvina, S. N., & Elvina, S. N. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang Pengguna Shopee di Masa Pandemi Covid-19. *Psikologi Islam*, 13(2), 86–95. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v13i2.4250>

- Hair J, R. A., Babin B, & Black W. (2014). *Multivariate Data Analysis.pdf*. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Hartati, R., Rosmanidar, E., & Safitri, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam Islam Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. *Jurnal of Student Research*, 1(4), 119–137.
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Kharimah, I. I., & Laili, N. (2023). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Prodi Psikologi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *ResearchJet Journal of Analysis and Inventions*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.47134/researchjet.v3i2.20>
- Kumalasari, & Soesilo. (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.
- Lestari, D. S., Mutmainah, K., & Romandhon. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(1), 119–208.
- Lumbantobing, I. J., & Siagian, L. (2023). Pengaruh Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Medan Tahun 2023. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Entrepreneurship*, Volume 1(3), 14–23.
- Mulyati sri. (2021). Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 1–13.
- Mulyawan, I. N. R., Dartiningsih, M. W., & Mahayani, A. M. N. (2022). Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Mahadewa Indonesia Tahun 2022. *Widyadari: Jurnal Pendidikan*, 23(2), 317–328. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7189893>
- Mutia, D. (2018). Analisis pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa. *Institut Agama Islam Negeri Langsa*.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nurjannah, N., Nurdiana, N., & Ampa, A. T. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce. *Jurnal Pendidikan*

Ekonomi (JUPE), 11(2), 186–192. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n2.p186-192>

- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
- Pangestuti, D. R., Lipo, F. K. Y., & Salis, Z. M. (2023). E-Commerce dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Tingkat Akhir IKIP PGRI Bojonegoro). *Seminar Nasional Daring Sinergi*, 1(1), 1798–1808.
- Praditha, E., Ismalia, K., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Uang Saku Bulanan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarame). *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(3), 46. <https://doi.org/10.29103/jeru.v5i3.10489>
- Prisillia, B. T. (2020). *Hubungan Anatara Harga Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Siswa Siswi SMA 9 Pekanbaru*.
- Rismayanti, & Oktapiani. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal of Economics*, 2(2), 31–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.37673/nje.v2i02.859>
- Saputro, L. A., Khosmas, F. Y., & Basri, M. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v10i1.44181>
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Uang Saku terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Financial Self-Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p58-70>
- Saswiana, Eli, H., & Bustam. (2020). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian produk online shop (studi kasus mahasiswa STIEM Bongaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar (STIEM Bongaya)*, 5(1), 60–69.
- Sikki, N., Priadi, D., Kholifah, C. N., & Putri, F. K. (2022). Implementasi Etika Bisnis Pelayanan Konsumen E-Commerce Di Era Globalisasi. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, 1, 501–514.
- Siti Mubarakah, M., & Pratiwi, V. (2022). Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(04), 496.

<https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i04.p10>

- Sufatmi, N., & Purwanto, E. (2021). the Effect of Financial Literature, Lifestyle, and Self-Control on Consumption Behavior on Online Shopping By State Students of State Universities in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Balance*, 17(2), 317–324. <https://doi.org/10.26618/jeb.v17i2.6207>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue January).
- Sugiyono, P. . (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48-61.
- Suryanto, S., & Rasmini, M. (2023). Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1336>
- Wati, A. S., Mulyani, I. D., & Ernitawati, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Muhadi Setiabudi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 3025–7972. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 76–91. <https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.472>