



Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Viona Afrilia¹, Sri Zulaihati², Dwi Kismayanti Respati³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

*Email Korespondensi: vionaafrilia03@gmail.com

Diterima: 07-07-2025 | Disetujui: 14-07-2025 | Diterbitkan: 16-07-2025

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of lifestyle, financial literacy, and digital wallet usage on the consumer behavior of students in the Faculty of Economics and Business at the University of Jakarta, Class of 2021. The approach used in this study is a quantitative approach with a survey method, and all information and data obtained are in numerical form and analyzed using statistical techniques. The population in this study consisted of 906 students from the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, class of 2021. The sampling technique used proportional random sampling, resulting in a sample size of 277 students. This study employed multiple linear regression analysis. The results showed that the lifestyle variable had a positive and significant influence on consumptive behavior. The financial literacy variable has a negative and significant effect on consumptive behavior. The digital wallet usage variable has a positive and significant effect on consumptive behavior. Simultaneously, lifestyle, financial literacy, and digital wallet usage have a significant positive effect on consumptive behavior together.

Keywords: Lifestyle, Financial Literacy, Digital Wallet, Consumptive Behavior.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan seluruh informasi serta data yang didapatkan berwujud angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik menggunakan. Populasi pada penelitian ini berjumlah 906 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021. Teknik dalam penentuan sampel menggunakan proportional random sampling sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 277 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif secara bersama-sama.

Kata kunci: Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dompot Digital, Perilaku Konsumtif.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Viona Afrilia, Sri Zulaihati, & Dwi Kismayanti Respati. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(3), 820-835. <https://doi.org/10.63822/wc1rgt34>

PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk ekonomi yang memiliki kebutuhan untuk dipenuhi guna mempertahankan hidup. Pemenuhan ini dilakukan dengan cara mengonsumsi barang dan jasa secara proporsional sesuai kebutuhan masing-masing individu (Melinda et al., 2021). Namun, dalam praktiknya, banyak individu yang melakukan konsumsi secara berlebihan, bahkan melampaui kebutuhan pokok. Apabila perilaku ini dibiarkan, maka akan berkembang menjadi suatu kebiasaan dan membentuk pola perilaku yang disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan konsumsi yang lebih mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan. Individu yang menunjukkan perilaku ini cenderung melakukan pembelian tanpa pertimbangan rasional, lebih berfokus pada kepuasan sesaat, serta dipengaruhi oleh dorongan emosional dan sosial (Afifah & Yudiantoro, 2022). Fenomena ini turut diperkuat oleh berbagai faktor seperti pertumbuhan ekonomi, globalisasi, dan meningkatnya gaya hidup modern yang menjunjung tinggi status sosial.

Kemajuan teknologi juga memiliki peran besar dalam mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat. Dalam era digital, kemudahan akses terhadap informasi dan produk mendorong masyarakat untuk mengonsumsi lebih banyak hal, termasuk yang tidak dibutuhkan (Wibowo & Hidayat, 2023). Hal ini sangat terlihat pada kelompok mahasiswa yang termasuk generasi Z, yakni generasi yang tumbuh bersama internet dan teknologi. Mahasiswa memiliki akses cepat terhadap e-commerce dan media sosial yang menjadi saluran utama promosi produk dan gaya hidup. Akibatnya, konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, tetapi sering kali dilatarbelakangi oleh dorongan untuk mengikuti tren, eksistensi di media sosial, dan tekanan lingkungan sosial. Nurlaila et al. (2024) menyatakan bahwa generasi Z mudah terpengaruh oleh konten digital, yang pada akhirnya dapat memengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup yang cenderung hedonistik.

Data dari Kementerian Perdagangan RI (2024) menunjukkan peningkatan penetrasi e-commerce di Indonesia dari 19,55% pada tahun 2019 menjadi 21,56% pada tahun 2023. Survei terhadap 1.434 responden menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat menggunakan e-commerce untuk membeli produk fesyen (70,13%) dan perawatan diri (49,73%). Ini mengindikasikan bahwa konsumsi masyarakat melalui platform digital lebih condong kepada produk yang bersifat gaya hidup, bukan kebutuhan mendesak. Hal ini diperkuat oleh hasil survei Katadata Insight Center (2024) yang menunjukkan bahwa sebanyak 71% mahasiswa di Jakarta menggunakan aplikasi e-commerce lebih dari tiga kali seminggu, dan 62,3% dari mereka membeli barang karena ingin tampil seperti influencer media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa lebih dipengaruhi oleh citra sosial dan tren digital dibandingkan kebutuhan nyata.

Gaya hidup modern berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif. Menurut Azizah (2020), gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu dan uangnya berdasarkan aktivitas, minat, dan opininya. Ketika gaya hidup seseorang lebih berorientasi pada konsumsi yang berlebihan atau mengikuti tren tanpa pertimbangan rasional, maka akan berdampak langsung pada peningkatan perilaku konsumtif (Fungky et al., 2021). Dalam lingkungan sosial saat ini, banyak mahasiswa terdorong untuk menyesuaikan penampilan, gadget, dan aktivitas sosialnya dengan standar yang dipengaruhi oleh media sosial dan lingkungan sekitar.

Kemajuan teknologi finansial (fintech) juga berkontribusi terhadap meningkatnya konsumsi masyarakat. Layanan dompet digital seperti DANA, GoPay, OVO, dan ShopeePay memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara cepat dan efisien. Survei yang dilakukan oleh Visa (2024) mengungkapkan bahwa penggunaan dompet digital di Indonesia telah mencapai 92%, sementara penggunaan uang tunai menurun menjadi 80%. Kemudahan, efisiensi, serta insentif berupa diskon dan cashback membuat dompet digital semakin diminati, terutama oleh mahasiswa yang terbiasa dengan layanan berbasis aplikasi. Kehadiran dompet digital ini juga terintegrasi dengan e-commerce, sehingga semakin memperkuat ekosistem konsumsi digital.

Selain gaya hidup dan kemajuan teknologi, rendahnya literasi keuangan menjadi faktor penting yang turut memicu perilaku konsumtif. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan secara tepat untuk mencapai tujuan hidup (Yahya, 2021). Sayangnya, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022, indeks literasi keuangan hanya mencapai 49,68%. Meskipun pada tahun 2024 meningkat menjadi 65,43%, angka ini tetap menunjukkan bahwa masih banyak individu yang belum memiliki pemahaman yang memadai dalam mengelola keuangan. Hal ini membuat mereka rentan terhadap pengeluaran impulsif dan kesulitan dalam menentukan skala prioritas antara kebutuhan dan keinginan.

Literasi keuangan yang baik sangat penting bagi individu untuk mengambil keputusan konsumsi yang bijak. Halim et al. (2024) menjelaskan bahwa permasalahan keuangan tidak hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan, tetapi juga oleh kurangnya pengetahuan dalam mengelola keuangan. Individu dengan literasi keuangan rendah cenderung tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik, sehingga lebih mudah terdorong untuk melakukan konsumsi yang tidak perlu. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan perlu menjadi prioritas untuk mengurangi perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa yang tengah berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *gap* penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Hartina et al., (2024), bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widayanti & W. H (2021), Devi Kusmiati & Nurtantiono (2022), dan Sudiro & Asandimitra (2022) yang mengatakan bahwa tinggi rendahnya perilaku konsumtif yang dimiliki dipengaruhi oleh tinggi rendahnya gaya hidup, semakin tingginya tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki, maka gaya hidup yang dimilikinya pun juga tinggi dan begitupun sebaliknya. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rismawati et al., (2020) memperoleh hasil penelitian bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap tingkat perilaku konsumtif

Penelitian yang oleh Tadongeka et al., (2024) dan Nuratika, Mukhtar, & Kuncara (2022) memperoleh hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Namun, terdapat perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kusmiati & Kurnianingsih (2022) bahwa perilaku konsumtif seseorang tidak dipengaruhi oleh seberapa tingginya tingkat literasi keuangan, mahasiswa akan tetap melakukan aktivitas perbelanjaan walaupun memiliki tingkat literasi keuangan yang baik. Selain itu, penelitian Fauzi & Sulistyowati (2022) memperoleh hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Variabel dompet digital (*e-wallet*) memiliki hasil penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Ananda & Dumiyati (2024) bahwa penggunaan dompet digital dari dimensi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe Tuban. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Saliyeh et al., (2024) bahwa secara parsial, variabel dompet digital (*e-wallet*) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif.

KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif dalam Bahasa Inggris yaitu *consumptive* yang berarti sifat cenderung mengonsumsi, memakai, menggunakan, atau menghabiskan sesuatu secara berlebihan atau boros. Menurut Gayatri & Muzdalifah (2022) seseorang yang berperilaku konsumtif merupakan seseorang yang cenderung membeli atau menggunakan sesuatu berdasarkan dengan hasrat keinginan yang kuat tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya, seolah-olah hanya mencari kesenangan dan memuaskan dirinya sendiri yang dipengaruhi oleh dorongan-dorongan yang memicu menjadi konsumtif. Sementara itu, menurut Julita et al., (2022) Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan logis, melainkan dipicu oleh keinginan yang berlebihan hingga melampaui batas kewajarannya. Hal ini menjadi tidak rasional lagi dikarenakan mulai timbulnya perilaku-perilaku yang mengabaikan skala prioritas antara kebutuhan dan keinginan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku individu yang mengonsumsi barang maupun jasa secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan lebih lanjut untuk memenuhi keinginan semata yang bukan lagi didasarkan atas tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar, namun sudah terkait dengan hal-hal yang sebenarnya tidak ada urgensinya atau tidak diperlukan.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan hal lumrah yang dimiliki oleh semua orang jika gaya hidup yang dimilikinya tersebut tidak berlebihan dan pemenuhan atas gaya hidupnya sesuai dengan kebutuhan hidup atau yang benar-benar dibutuhkan. Kesalahan yang sering terjadi jika pemenuhan gaya hidup dilakukan secara paksa tanpa memperhatikan aspek-aspek kehidupan yang akan merugikan diri sendiri dan lebih mementingkan gengsi yang akan berkelanjutan menjadi gaya hidup hedonisme. Definisi gaya hidup menurut Anggraini & Hastuti (2023) adalah pola kehidupan seseorang yang dapat dinyatakan melalui kegiatan, minat, serta pendapatnya dalam mengelola keuangannya dan juga bagaimana cara orang tersebut mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Menurut Lestari et al. (2023) gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku seseorang terkait bagaimana cara menghabiskan waktu dan juga uangnya.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan yang telah didefinisikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah suatu aktivitas mengenai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan

dengan tujuan mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Menurut Dilasari (2020) literasi keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memahami bagaimana cara uang bekerja, bagaimana seseorang berhasil mendapatkan uang, bagaimana seseorang mengelolanya, dan juga bagaimana dapat menginvestasikan uangnya. Sedangkan menurut Azizah (2020) literasi keuangan adalah kompetensi dan keterampilan yang wajib dimiliki seseorang sehingga dapat mengubah taraf hidupnya dengan cara mengalokasikan dan merencanakan sumber daya finansial yang efektif.

Dari berbagai pendapat ahli yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangannya dengan baik agar mencapai taraf hidup yang sejahtera.

Penggunaan Dompot Digital

Dompot digital adalah sebuah layanan digital yang memiliki kemampuan untuk menyimpan data instrument pembayaran dalam bentuk kartu ataupun uang elektronik yang diakses melalui perangkat elektronik guna menyambungkan pemakai pada *server* yang dituju ketika sedang melakukan transaksi (Ariwangsa & Jayanatha, 2023). Maharani (2023) juga berpendapat bahwa dompet digital adalah mata uang digital yang memerlukan koneksi internet yang menghubungkan kepada *server* penerbit. Sedangkan menurut Febrianty et al., (2023) dompet digital merupakan salah satu terobosan yang menunjukkan kemampuannya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pengguna dompet digital tidak perlu pergi ke bank ataupun ATM untuk melakukan berbagai transaksi.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dompet digital adalah salah satu bentuk *financial technology* (fintech) yang dapat digunakan sebagai alat untuk penyimpanan dana dalam bentuk digital serta dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan transaksi yang menggunakan perangkat elektronik dan koneksi internet. Penggunaan dompet digital ini benar-benar membawa kemudahan bagi setiap golongan masyarakat dalam bertransaksi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan seluruh informasi serta data yang didapatkan berwujud angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021 yang berjumlah 906 mahasiswa. Penentuan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *proportional random sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut. Sehingga, sampel dalam penelitian ini berjumlah 277 mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta, tepatnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka Raya No.11, RT. 11/RW. 14, Rawamangun, Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur. Responden terdiri dari 277 mahasiswa yang digunakan untuk mengukur apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		277
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,72357349
Most Extreme Differences	Absolute	0,034
	Positive	0,034
	Negative	-0,023
Test Statistic		0,034
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan *output* di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari *Unstandardized Residual* sebesar 0,200. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi dan residuan lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi dengan normal.

Uji Linearitas

Tabel 1. Hasil Uji Linearitas Variabel X1 dengan Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	3119,690	24	129,987	7,306	0,000
		Linearity	2693,254	1	2693,254	151,383	0,000
		Deviation from Linearity	426,436	23	18,541	1,042	0,413
	Within Groups		4483,335	252	17,791		
	Total		7603,025	276			

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil uji linearitas, variabel gaya hidup (X1) dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai *sig. deviation from linearity* sebesar 0,413 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat linear.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Variabel X2 dengan Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Literasi Keuangan	Between Groups	(Combined)	1366,625	40	34,166	1,293	0,125
		Linearity	220,298	1	220,298	8,337	0,004
		Deviation from Linearity	1146,327	39	29,393	1,112	0,309
	Within Groups		6236,400	236	26,425		
	Total		7603,025	276			

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil uji linearitas, variabel literasi keuangan (X2) dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai *sig. deviation from linearity* sebesar 0,309 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat linear.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Variabel X3 dengan Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Penggunaan Dompet Digital	Between Groups	(Combined)	1952,999	15	130,200	6,015	0,000
		Linearity	1492,987	1	1492,987	68,968	0,000
		Deviation from Linearity	460,012	14	32,858	1,518	0,104
	Within Groups		5650,026	261	21,648		
	Total		7603,025	276			

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil uji linearitas, variabel penggunaan dompet digital (X3) dan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai *sig. deviation from linearity* sebesar 0,104 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat linear.

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Analisis ini dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS seperti ditunjukkan pada hasil berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linerar Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	
	B	Std. Error		Beta	t
1					
	(Constant)	34,975	3,738		9,357
	Gaya Hidup	0,537	0,045	0,563	11,951
	Literasi Keuangan	-0,168	0,025	-0,296	-6,757
	Penggunaan Dompet Digital	0,338	0,062	0,251	5,437

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan tabel analisis regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 34,975 + 0,537X_1 - 0,168X_2 + 0,338X_3 + e$$

- Nilai konstanta = 34,975 menunjukkan bahwa jika seluruh variabel bebas bernilai nol (0), maka perilaku konsumtif memiliki nilai 34,975.
- Gaya hidup memiliki koefisien sebesar 0,537 dengan signifikansi 0,000, menandakan pengaruh positif dan signifikan. Artinya, peningkatan gaya hidup sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,537.
- Literasi keuangan memiliki koefisien -0,168 dan nilai signifikansi 0,000, menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan. Setiap peningkatan satu satuan dalam literasi keuangan akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,168.
- Penggunaan dompet digital memiliki koefisien 0,338 dan signifikansi 0,000, yang berarti berpengaruh positif dan signifikan. Semakin tinggi penggunaan dompet digital, maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,338 untuk setiap satuan peningkatan.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh dan hipotesis ditolak. Berikut adalah output hasil uji t:

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34,975	3,738		9,357	0,000
Gaya Hidup	0,537	0,045	0,563	11,951	0,000
Literasi Keuangan	-0,168	0,025	-0,296	-6,757	0,000
Penggunaan Dompet Digital	0,338	0,062	0,251	5,437	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil uji t pada tabel, masing-masing variabel independen terhadap perilaku konsumtif dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Nilai t hitung sebesar 11,951 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H1 diterima. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan memiliki t hitung sebesar -6,757 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H2 diterima. Artinya, terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel penggunaan dompet digital memperoleh nilai t hitung sebesar 5,437 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa H3 diterima. Dengan demikian, penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Kriteria pengujiannya adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil Uji F yang disajikan:

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3776,285	3	1258,762	89,800	.000 ^b
	Residual	3826,740	273	14,017		
	Total	7603,025	276			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Dompot Digital, Literasi Keuangan, Gaya Hidup

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil uji F yang diperoleh, nilai signifikansinya sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Semakin mendekati angka 1, maka semakin kuat

kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati nol, maka kemampuan penjelasan model dianggap lemah.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 ^a	0,497	0,491	3,74398

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Dompset Digital, Literasi Keuangan, Gaya Hidup

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2025

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan dalam tabel, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,491 menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan 49,1% variasi dalam perilaku konsumtif.

Pembahasan

Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,537 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Nilai t hitung sebesar $11,951 > t$ tabel 1,978 juga mendukung hipotesis H1. Artinya, semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Temuan ini didukung oleh penelitian Ulum & Solekah (2024), Putri et al., (2023), serta Park & Chun (2025), yang menekankan bahwa gaya hidup mewah dan pengaruh sosial di era digital mendorong perilaku konsumtif. Namun, berbeda dengan Rismawati et al., (2020), yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Literasi keuangan (X2) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien -0,168 dan signifikansi 0,000. Nilai t hitung $-6,757 > t$ tabel 1,978, sehingga H2 diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Arrezqi (2024), Maimunah & Suryanti (2024), serta Muñoz-Céspedes et al., (2021), yang menyatakan bahwa pemahaman keuangan yang baik dapat mengurangi kecenderungan konsumtif. Namun, Kusmiati & Kurnianingsih (2022), menyatakan bahwa perilaku konsumtif tetap tinggi meski mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik.

Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif

Penggunaan dompet digital (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien 0,338 dan signifikansi 0,000. Nilai t hitung $5,437 > t$ tabel 1,978, maka H3

diterima. Semakin sering dompet digital digunakan, semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Karthika et al., (2024), Larasati & Laksamana (2024), dan Yousef (2024) yang menyoroti peran kemudahan dan promosi dalam transaksi digital. Namun, Saliyeh et al., (2024) menemukan bahwa dompet digital tidak berpengaruh signifikan karena preferensi responden terhadap pembayaran tunai.

Pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

Uji F menunjukkan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai F hitung sebesar 89,800 > F tabel dan signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga H4 diterima. Artinya, ketiga variabel secara simultan memengaruhi perilaku konsumtif. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Aprilia & Firmialy, 2022), Mursalim et al., (2024), dan Munandar et al., (2024). Namun, Timung et al., (2023) menyatakan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan secara simultan karena mahasiswa lebih memprioritaskan menabung daripada konsumsi berlebihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki mahasiswa, semakin besar pula kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu menekan perilaku konsumtifnya.
3. Penggunaan dompet digital menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan dompet digital, semakin besar pula potensi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.
4. Secara simultan, gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ketiga variabel tersebut saling berinteraksi dan bersama-sama membentuk kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh responden.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam menyesuaikan gaya hidup, serta tidak mudah terpengaruh oleh tren media sosial dan lingkungan sekitar yang cenderung konsumtif.

*Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
(Afrilia, et al.)*

2. Diperlukan peningkatan pemahaman mahasiswa terkait pengelolaan keuangan, seperti penyusunan anggaran, kebiasaan menabung, serta pemahaman dasar tentang investasi agar dapat mencegah perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.
3. Dalam menggunakan dompet digital, mahasiswa perlu memiliki kontrol diri dan kesadaran finansial. Kemudahan transaksi digital dapat memicu perilaku konsumsi impulsif.
4. Mahasiswa juga diimbau untuk lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam melakukan konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, M. A., & Dumiyati. (2024). Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 10(2), 62–69. <https://doi.org/10.55933/jpd.v10i2.639>
- Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2019–2035. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.715>
- Aprilia, D., & Firmialy, S. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay Pada Generasi Y Dan Z Di Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 178–200. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Ariwangsa, I. G. N. O., & Jayanatha, G. B. S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(3), 229–239. <https://doi.org/10.20527/jwm.v11i3.254>
- Azizah, N. S. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP PADA PERILAKU KEUANGAN PADA GENERASI MILENIAL. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Dilasari. (2020). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL BEHAVIOUR, FINANCIAL ATTITUDE, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. *PLatform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 01(04), 74–87. <http://www.ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/658>
- Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>
- Febrianty, D. A. P., Yolanda, & Saleh, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.37721/jmb.v1i2.1289>
- Gayatri, A. M., & Muzdalifah. (2022). Memahami Literasi Keuangan sebagai upaya Pencegahan Perilaku Konsumtif dari Pinjaman Online. *Judicious: Journal of Management*, 3(2), 297–306. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1113>

- Hartina, S., Hafiz, A. P., & Fufita, N. (2024). Pengaruh Perilaku Teman Sebaya , Penggunaan Media Sosial , dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023 / 2024. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(1), 266–280. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i1.1021>
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2957. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Karthika, N. S., Chaidir, T., & Suprpti, I. A. P. (2024). The Influence Of E-Wallet Use on Consumptive Behavior of Mataram City Communities Moderate by Self-Control. *The Eastasouth Management and Business*, 3(01), 65–76. <https://doi.org/10.58812/esmb.v3i01>
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA: SEBERAPA BESAR PERAN FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, E-MONEY, DAN SELF CONTROL? *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1–13. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4713>
- Larasati, B. C., & Laksamana, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan Di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(2), 299–306. <https://doi.org/10.51195/iga.v14i2.366>
- Lestari, D., Ilato, R., Ardiansyah, Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2023). Pengaruh Kecakapan Hidup (life skill) dan Gaya Hidup (life style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1), 1–15. <https://doi.org/10.59963/jpema.v5i1.138>
- Maharani, P. R. (2023). The Effect of Using GoPay Digital Wallet On Consumptive Behavior Of Bandung State Polytechnic Students. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 58–70. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.273>
- Maimunah, S., & Suryanti, N. (2024). Pengaruh Tiktok Shop , Uang Saku Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(3), 1405–1416. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.28538>
- Munandar, A., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Perumahan Al-Jazzera Kondangjaya Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 2845–2853. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7381>
- Muñoz-Céspedes, E., Ibar-Alonso, R., & Ros, S. de L. (2021). Financial literacy and sustainable consumer behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169145>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massarov6i2.4777>
- Nuratika, O., Mukhtar, S., & Kuncara, H. (2022). the Effect of Using Digital Wallets and Financial Literacy on Consumptive Behavior of Students in DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 3(3), 1–12. <https://doi.org/10.21009/jpepa.0303.24>
- Park, J., & Chun, J. (2025). The consumer socialization process: How social media affects youth luxury

- consumption. *Journal of Global Fashion Marketing*, 16(2), 156–172. <https://doi.org/10.1080/20932685.2024.2434870>
- Putri, A. V., Kirana, N. J. S., & Azwari, P. C. (2023). Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 19–32. <https://doi.org/10.56644/adl.v4i1.54>
- Rismawati, Murtarti, S. U., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup dan modernitas individu terhadap perilaku konsumtif dimediasi oleh literasi ekonomi pada siswa SMA & MA di *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/EISSN:2502-471X/DOAJ-SHERPA/RoMEO-Google> Scholar-IPI
- Saliyeh, Firayanti, Y., & Saputra, E. S. (2024). Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Pengaruh Pembayaran Non-Tunai (E-Wallet) dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat Angkatan 2020. *AKSIOMA (Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi)*, 1(9), 800–819. <https://doi.org/https://doi.org/10.62335>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p160-172>
- Tadongeka, W. Y., Syamsul, & Rosyada, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(6), 2124–2130. <https://doi.org/10.56338/jks.v2i1.940>
- Timung, R., Angi, Y. F., & Ga, L. L. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia Di Universitas Nusa Cendana (the Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Consumptive Behavior of Bank Indonesia Scholarship Recipient. *Jurnal Akuntansi UNWIRA*, 1(1), 8–19.
- Ulum, I. F., & Solekah, N. A. (2024). The Impact of Lifestyle, Financial Literacy, and Ease of Use of E-Payment on E-Wallet Users' Consumptive Behavior in the Millennial Generation. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 8(1), 67–82. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v8i1.26265>
- Widayanti, N., & W. H, S. A. M. (2021). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester Viii Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020. *Urnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 5(1), 14–21.
- Yousef, F. Z. (2024). The Impact of E-Wallets on Consumer Spending Behavior and Financial Management. *International Journal for Scientific Research (IJSR)*, 3(12), 429–456. <https://doi.org/10.59992/IJSR.2024.v3n12p12>