

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN PEMATANGSIANTAR.

Ivana Melina Pasaribu , Benjamin Albert Simamora , Anggun Tiur Ida Sinaga

Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

ivanamelina09@gmail.com gerbangpintu31@gmail.com
sinagaangguntiur@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan e-commerce dan gaya hidup konsumtif terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 75 responden yang diambil menggunakan teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, dan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) intensitas penggunaan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi dengan nilai t hitung sebesar 3,801 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, (2) gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi dengan nilai t hitung sebesar 6,289 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, serta (3) secara simultan intensitas penggunaan e-commerce dan gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi dengan nilai F hitung sebesar 32,894 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,477, yang berarti bahwa 47,7% variasi pengelolaan keuangan pribadi dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 52,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan e-commerce dan gaya hidup konsumtif, maka pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa cenderung semakin kurang optimal.

Kata kunci: intensitas penggunaan e-commerce, gaya hidup konsumtif, pengelolaan keuangan pribadi

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of e-commerce usage intensity and consumptive lifestyle on the personal financial management of students of the Economic Education Study Program, FKIP HKBP Nommensen University Pematangsiantar. This research employs a quantitative approach with a causal associative method. The sample consists of 75 respondents selected using a simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with SPSS.

The results show that: (1) e-commerce usage intensity has a significant effect on personal financial management with a t-value of 3.801 and a significance level of $0.000 < 0.05$; (2) consumptive lifestyle has a significant effect on personal financial management with a t-value of 6.289 and a significance level of $0.000 < 0.05$; and (3) simultaneously, e-commerce usage intensity and consumptive lifestyle have a significant effect on personal financial management with an F-value of 32.894 and a significance level of $0.000 < 0.05$.

The coefficient of determination (R^2) is 0.477, indicating that 47.7% of the variation in personal financial management can be explained by the independent variables, while the remaining 52.3% is influenced by other factors outside this study. The findings indicate that higher levels of e-commerce usage intensity and consumptive lifestyle tend to lead to less optimal personal financial management among students.

Keywords: e-commerce usage intensity, consumptive lifestyle, personal financial management

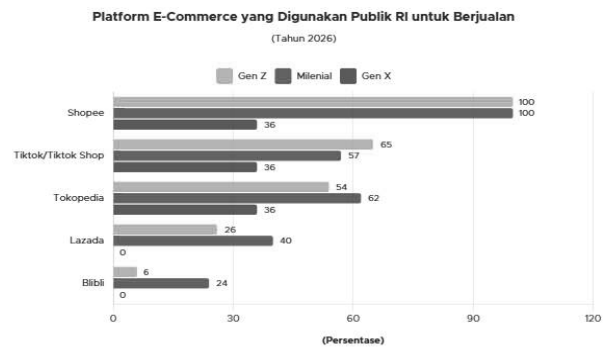
1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola pengelolaan keuangan pribadi. Digitalisasi mendorong kemudahan akses terhadap berbagai layanan keuangan dan aktivitas konsumsi berbasis online, khususnya melalui platform *e-commerce* dan system pembayaran non-tunai. Kondisi ini semakin terasa di kalangan mahasiswa yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, di mana kemampuan mengelola keuangan pribadi menjadi kompetensi yang sangat penting untuk dimiliki.

Seiring dengan perkembangan tersebut, penggunaan *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat dan telah menjadi bagian dari aktivitas konsumsi sehari-hari masyarakat. Hal ini didukung oleh data terbaru tahun 2026 yang menunjukkan bahwa platform *e-commerce* seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia menjadi pilihan utama Masyarakat dalam melakukan transaksi. Sementara itu, platform lain seperti Lazada dan Blibli memiliki tingkat penggunaan yang relative lebih rendah. Data ini menunjukkan bahwa generasi muda, termasuk mahasiswa, merupakan pengguna aktif *e-commerce* dalam sehari-hari.

Gambar 1.1 Data Penggunaan E-commerce



(Sumber: Data GoodStats)

Pengelolaan keuangan pribadi merupakan kemampuan individu dalam merencanakan anggaran, mengendalikan pengeluaran, menabung, serta mengevaluasi penggunaan dana secara bertanggung jawab. Fitriani et al. (2025:138-139) menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik pada usia muda berperan penting dalam membentuk stabilitas finansial jangka panjang. Namun, pada praktiknya banyak mahasiswa masih menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan bulanan, yang ditandai dengan lemahnya perencanaan anggaran, rendahnya kebiasaan mencatat pengeluaran, serta minimnya kesadaran menabung.

Secara normatif, setiap individu diharapkan mampu mengelola keuangan pribadinya secara bijak, terencana, dan bertanggung jawab. Pengelolaan keuangan yang baik tercermin dari kemampuan dalam mengatur pemasukan dan pengeluaran, menentukan prioritas kebutuhan, serta mengendalikan perilaku konsumsi agar tidak melebihi kemampuan finansial. Bagi mahasiswa, kemampuan ini menjadi penting karena mereka mulai dihadapkan pada berbagai

keputusan keuangan secara mandiri. Oleh karena itu, mahasiswa seharusnya memiliki kesadaran dalam merencanakan penggunaan uang, menghindari pengeluaran yang tidak perlu, serta memanfaatkan sumber daya keuangan secara efektif. Apabila pengelolaan keuangan tidak dilakukan dengan baik, maka dapat terjadi ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan keuangan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa adalah intensitas penggunaan *e-commerce*. *E-commerce* memungkinkan individu melakukan transaksi secara cepat dan

praktis tanpa Batasan ruang dan waktu. Kemudahan akses, berbagai promosi digital seperti diskon dan cashback, serta sistem pembayaran non-tunai mendorong peningkatan frekuensi belanja online. Sartika et al. (2024:342-344) intensitas penggunaan *e-commerce* pada mahasiswa tercermin dari frekuensi akses, kemudahan transaksi, serta ketertarikan terhadap berbagai promo yang ditawarkan platform belanja online. Tingginya penggunaan tersebut dapat memicu kecenderungan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, terutama apabila tidak diimbangi dengan keuangan yang baik.

Septiani et al. (2025:12-13) hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Semakin sering mahasiswa melakukan aktivitas belanja online, semakin besar kecenderungan mereka melakukan pembelian impulsif yang berdampak pada menurunnya kualitas pengelolaan keuangan pribadi, terutama dalam aspek pengendalian pengeluaran dan

kebiasaan menabung. Fadhillah (2023:142) juga menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa berbelanja secara online

semakin besar kecenderungan terjadinya pembelian impulsif yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial. Fenomena ini semakin diperkuat oleh budaya *fear of missing out* (FOMO), yang mendorong individu melakukan pembelian berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, bahkan hingga memanfaatkan layanan *paylater* atau utang konsumtif. Kondisi ini menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam pengelolaan keuangan mahasiswa di Prodi Pendidikan Ekonomi.

Selain intensitas penggunaan *e-commerce*, gaya hidup konsumtif juga menjadi faktor penting yang memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Menurut Astuti et al. (2022:239) gaya hidup konsumtif merupakan pola perilaku individu yang cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan dalam melakukan konsumsi. Individu dengan gaya hidup konsumtif biasanya lebih mudah terpengaruh oleh tren, promosi, dan lingkungan sosial, sehingga cenderung melakukan pembelian secara berlebihan dan tidak terencana.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian Pengelolaan Keuangan Pribadi

Pengelolaan keuangan pribadi merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi penggunaan sumber daya keuangan secara bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan masa depan. Susanti Widhiastuti (2024:1) pengelolaan keuangan tidak hanya ditentukan

oleh besar kecilnya pendapatan yang diperoleh, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara tepat, karena masalah keuangan sering muncul akibat pengelolaan yang tidak optimal. Fitriani et al. (2025:138) dalam konteks generasi muda, khususnya mahasiswa, keterbatasan pendapatan yang dihadapkan pada kemudahan akses layanan dan konsumsi digital menuntut kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana, disiplin, serta didukung oleh literasi keuangan yang memadai

Pengertian Gaya Hidup konsumtif

Gaya hidup digital merupakan salah satu fenomena yang semakin berkembang dalam kehidupan Masyarakat modern, khususnya di kalangan mahasiswa. Gaya

hidup ini mencerminkan pola perilaku individu dalam melakukan konsumsi yang lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung melakukan pembelian secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaat, prioritas kebutuhan, serta kondisi keuangan yang dimiliki.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel secara objektif dan terukur melalui analisis statistik. Sugiyono (2017:7) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat

positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, metode asosiatif kausal dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup digital terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar sebagai lokasi pengumpulan data yang berkaitan dengan topik penelitian. Lokasi tersebut beralamat di Jalan Sangnawaluh No. 4, Siopat Suhu, Kecamatan Siantar Timur, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, dengan objek penelitian yaitu mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi memiliki pemahaman akademik mengenai perilaku ekonomi dan pengelolaan keuangan, sehingga relevan dengan variabel intensitas penggunaan *e-commerce*, gaya hidup digital, dan

Waktu Penelitian

Waktu penelitian menunjukkan periode pelaksanaan kegiatan penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga tahap analisis. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 9

Maret hingga 31 Maret 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar.

Tabel 3.1 Data Populasi Penelitian

Progra m Studi	Tahun Angkatan					Tot al
	20 21	20 22	20 23	20 24	20 25	
Pendidi kan Ekono mi	29	97	75	52	37	290

(Sumber : Data Prodi Ekonomi)

Sampel

Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penggunaan sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi. Oleh karena itu, diambil sebagian anggota populasi yang dianggap dapat mewakili keseluruhan karakteristik populasi dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini digunakan teknik probability sampling, dengan jenis simple random sampling. Sugiyono (2017:82), mengatakan bahwa *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

Dengan cara ini, setiap mahasiswa memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sehingga proses pengambilan sampel bersifat objektif, tidak dipengaruhi subjektivitas peneliti, serta dapat mewakili populasi secara lebih akurat. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan 10% (0,10)

$$n = \frac{290}{1 + 290(0,10)^2}$$

$$n = \frac{290}{1 + 2,9}$$

$$n = \frac{243}{3,9}$$

$$n = 74,36 = 75$$

Maka, jika menggunakan Tingkat kesalahan 10%, jumlah sampel ideal adalah 75 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.2.1 Pengaruh Intensitas Penggunaan *E-commerce* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t-test), diketahui bahwa nilai t hitung variabel intensitas penggunaan *e-commerce* (X1) sebesar 3,801, lebih tinggi dari t tabel sebesar 1,993 ($3,801 > 1,993$), dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa variabel Intensitas Penggunaan *E-commerce* (X1) memperoleh nilai mean sebesar 4,22 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar memiliki tingkat penggunaan *e-commerce* yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari. Tingginya frekuensi penggunaan, durasi akses aplikasi, jumlah transaksi online, serta tingkat ketergantungan terhadap platform *e-commerce* mengindikasikan bahwa *e-commerce* telah menjadi bagian dari pola konsumsi mahasiswa. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah frekuensi penggunaan *e-commerce* sebesar 4,41, yang menunjukkan bahwa mahasiswa cukup aktif mengakses platform belanja online secara rutin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-commerce* mahasiswa, maka semakin besar pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Tingginya frekuensi penggunaan *e-commerce*, kemudahan transaksi, serta banyaknya promosi seperti diskon dan cashback mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif, sehingga berpengaruh terhadap pengendalian pengeluaran.

Dalam konteks kehidupan mahasiswa, *e-commerce* tidak hanya mempermudah aktivitas belanja, tetapi juga dapat memengaruhi perilaku keuangan. Mahasiswa yang sering menggunakan *e-commerce* cenderung memiliki pengeluaran yang kurang terkontrol apabila tidak diimbangi dengan perencanaan keuangan yang baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zahra & Marsofiyati (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Selain itu, penelitian Septiani et al. (2025) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif yang berdampak pada pengelolaan keuangan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* memiliki peran penting dalam memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

1.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t-test), diketahui bahwa nilai t hitung variabel gaya hidup konsumtif (X2) sebesar 6,289, lebih tinggi dari t tabel sebesar 1,993 ($6,289 > 1,993$), dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Variabel Gaya Hidup Konsumtif (X2) memperoleh nilai mean sebesar 4,53 dengan kategori tinggi, sekaligus menjadi variabel dengan nilai rata-rata tertinggi dibanding variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang cukup kuat, terutama dalam memenuhi keinginan, melakukan pembelian impulsif, serta mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosialnya. Indikator tertinggi terdapat pada mengikuti tren dan lingkungan sosial dengan nilai mean sebesar 4,59, yang mengindikasikan bahwa faktor sosial dan perkembangan tren digital menjadi pendorong utama terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif mahasiswa, maka semakin besar pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa yang cenderung mengikuti tren, melakukan pembelian impulsif, serta lebih

mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, akan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan secara efektif.

Gaya hidup konsumtif menyebabkan mahasiswa kurang mampu mengontrol pengeluaran dan tidak memiliki perencanaan keuangan yang matang. Hal ini berdampak pada rendahnya kemampuan menabung serta ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran.

Hasil penelitian ini didukung oleh Desviani & Martha (2024) yang menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap manajemen keuangan. Selain itu, Saragih et al. (2025) juga menemukan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

1.2.3 Pengaruh Intensitas Penggunaan E-commerce dan Gaya Hidup Konsumtif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 32,894, lebih tinggi dari F tabel sebesar 3,124 ($32,894 > 3,123$), dan tingkat signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* (X1) dan gaya hidup konsumtif (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan

signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y) memperoleh nilai mean sebesar 3,43 dengan kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi masih belum optimal. Mahasiswa relatif sudah memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan (3,50), namun masih lemah dalam aspek pengendalian pengeluaran (3,41), pengelolaan tabungan dan dana masa depan (3,42), serta evaluasi keuangan (3,42). Kondisi ini memperlihatkan bahwa tingginya penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi merupakan kombinasi dari beberapa faktor, terutama intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif. Kedua variabel ini saling berkaitan dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri & Rizal (2026) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif, maka semakin besar pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Intensitas Penggunaan *E-commerce* (X1) berada pada kategori tinggi dengan nilai mean sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat penggunaan *e-commerce* yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari, baik dari segi frekuensi penggunaan, durasi penggunaan aplikasi, jumlah transaksi online, maupun tingkat ketergantungan terhadap platform *e-commerce*. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada frekuensi penggunaan *e-commerce* dengan mean 4,41, yang menunjukkan bahwa mahasiswa cukup aktif menggunakan aplikasi *e-commerce* sebagai sarana berbelanja dan memenuhi kebutuhan.
2. Variabel Gaya Hidup Konsumtif (X2) berada pada kategori tinggi dengan nilai mean sebesar 4,53. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang cukup tinggi, terutama dalam melakukan pembelian impulsif, berorientasi pada keinginan, mengikuti tren, serta dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada mengikuti

tren dan lingkungan sosial dengan mean 4,59, yang menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh perkembangan tren digital dan lingkungan pergaulan, sehingga dapat mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan.

3. Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y) berada pada kategori sedang dengan nilai mean sebesar 3,43. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi masih belum optimal. Mahasiswa relatif sudah cukup baik dalam perencanaan keuangan dengan mean 3,50, namun masih perlu peningkatan dalam aspek pengendalian pengeluaran (3,41), pengelolaan tabungan dan dana masa depan (3,42), serta evaluasi keuangan (3,42). Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih perlu meningkatkan kemampuan dalam mengatur dan mengevaluasi kondisi keuangan secara lebih bijaksana.
4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diketahui bahwa variabel dengan nilai mean tertinggi adalah Gaya Hidup Konsumtif (4,53), diikuti oleh Intensitas Penggunaan *E-commerce* (4,22), sedangkan Pengelolaan Keuangan Pribadi (3,43) memiliki nilai mean paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif pada mahasiswa belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan pribadi yang baik. Dengan demikian, diperlukan peningkatan literasi keuangan dan kesadaran dalam mengelola pengeluaran agar mahasiswa dapat lebih bijak dalam memanfaatkan kemajuan digital tanpa mengganggu stabilitas keuangan pribadinya.

5. Hasil uji parsial (t), dimana nilai t_{hitung} pada variabel intensitas penggunaan *e-commerce* sebesar 3,801 dan gaya hidup konsumtif sebesar 6,289, yang mana kedua nilai tersebut lebih tinggi dari t_{tabel} sebesar 1,993 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengelolaan keuangan pribadi.
6. Hasil uji simultan (F) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 32,894, lebih tinggi dari F_{tabel} sebesar 3,124 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.
7. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,477, yang berarti bahwa 47,7% variabel pengelolaan keuangan pribadi dapat dijelaskan oleh variabel intensitas penggunaan *e-commerce* dan gaya hidup konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 52,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil dan Kesimpulan yang telah diuraikan, maka berikut merupakan saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel Intensitas Penggunaan *E-commerce* (X1)

ditemukan bahwa indikator Frekuensi Penggunaan *E-commerce* memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,41. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki intensitas penggunaan *e-commerce* yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari. Namun, indikator Tingkat Ketergantungan terhadap *E-commerce* menunjukkan nilai rata-rata terendah sebesar 4,00 dibandingkan indikator lainnya. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan *e-commerce*, terutama dengan membatasi ketergantungan yang berlebihan agar penggunaan platform digital tetap memberikan manfaat positif tanpa memengaruhi kondisi keuangan pribadi secara negatif.

2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel Gaya Hidup Konsumtif (X2), ditemukan bahwa indikator Mengikuti Tren dan Lingkungan Sosial memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,59. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa cukup dipengaruhi oleh perkembangan tren dan lingkungan sosial di sekitarnya. Namun, indikator Pembelian Impulsif memiliki nilai rata-rata yang relatif lebih rendah sebesar 4,53 dibandingkan indikator lainnya. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan lebih mampu mengendalikan keinginan untuk melakukan pembelian secara spontan, mempertimbangkan kebutuhan sebelum berbelanja, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pola konsumsi yang rasional agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y), ditemukan bahwa indikator Perencanaan Keuangan memiliki

nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,50. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sudah cukup baik dalam merencanakan keuangan pribadinya. Namun, indikator Pengendalian Pengeluaran memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,41, sehingga indikator ini perlu mendapat perhatian lebih. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengontrol pengeluaran, membuat prioritas kebutuhan, serta menghindari pengeluaran yang tidak penting agar pengelolaan keuangan pribadi menjadi lebih efektif dan terarah

4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). Explaining intentions and behavior. In *Attitudes, personality, and behavior*. (pp. 1–191).
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Astuti, R. F., Ulfah, M., & Ellyawati, N. (2022). Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 237–245. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i2.52042>
- Desviani Putri, D., & Martha Maharani Sianipar, C. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa Kost. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(12), 1–12. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/1325/11>

-
- 56/3895
- Edwin Zusrony. (2022). *Perilaku Konsumen DI Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Eka Afrina Djamhari, Dwi Rahayu Ningrum, R., & Nurmansyah. (2023). *Buku Saku Konsumen Cerdas Produk Keuangan Digital*. Perkumpulan PRAKARSA.
- Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141–156. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Fitriani, F., Zaman, D., Azizi, M., Ismanto, H., & Pebruary, S. (2025). Pentingnya Perencanaan Keuangan Bagi Generasi Muda Untuk Masa Depan Yang Lebih Baik. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 135–140. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.38317>
- Ghozali Imam. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregorius Paulus Tahu. (2025). *Mengelola Keuangan Pribadi Di Era Digital*. Tanah Air Beta.
- Juliansyah, A., & Rahmani, M. H. (2022). *Moderenisasi Gaya Hidup*. Alineaku.
- Laudon, Kenneth C. - Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2020 - 2021: business. technology. society*.
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mufarizzaturrizkiyah, Aziz, A., Leliya, Pascasarjana, S., Ibn, U., Bogor, K., Hardani, D., Kamisutara, M., Purwanto, G., Leninkumar, V., Sukendra, I. K., Atmaja Surya, I. K., Ting, O. S., Ariff, M. S. M., Zakuan, N., Sulaiman, Z., Saman, M. Z. M., Juwitasary, H., Christian, C., ... dkk. (2020). Multivariate Data AnalysisE – COMMERCE PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWAMUSLIM. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. CV. ELSI PRO. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1668658%0Ahttp://repository.syekhnrjati.ac.id/id/eprint/4169>
-

