

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* DAN BELANJA *OFFLINE* (PADA
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI)**

Aris Saputra¹, Mayasari², Novia Sri Dwijayanti³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi

: 1arisrajinmenabung027@gmail.com, 2mayasari@unja.ac.id,

3noviasrid63@unja.ac.id

ABSTRACT

The development of digital technology and easy access to online and offline shopping have increased consumptive behavior among university students. As Generation Z, students tend to make purchases based on desires and trends, while limited financial literacy may affect their financial management. This study aims to determine the effect of financial literacy and lifestyle on consumptive behavior in online and offline shopping among Economic Education students at the University of Jambi. This research used a quantitative approach with a survey method. The population consisted of 104 students selected through saturated sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using SPSS version 27 through assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that financial literacy and lifestyle had a positive and significant effect on consumptive behavior in both online and offline shopping, partially and simultaneously. The coefficient of determination was 25.4% for online shopping and 33.6% for offline shopping.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Consumerist Behavior, Online Shopping, Offline Shopping

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses belanja *online* maupun *offline* mendorong meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa sebagai Generasi Z cenderung melakukan pembelian berdasarkan keinginan dan tren, sementara rendahnya literasi keuangan dapat memengaruhi pengelolaan keuangan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan *offline* mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 104 mahasiswa dengan teknik sampel jenuh. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dianalisis menggunakan SPSS versi 27 melalui uji asumsi, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* maupun *offline* secara parsial dan simultan. Koefisien determinasi perilaku konsumtif belanja *online* sebesar 25,4%, belanja *offline* sebesar 33,6%.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Belanja *Online*, Belanja *Offline*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pola konsumsi. Kemajuan teknologi digital memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi, melakukan transaksi, serta memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah pergeseran aktivitas belanja dari sistem konvensional menuju sistem digital melalui berbagai platform belanja online. Kehadiran e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen karena transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke toko. Selain itu, berbagai strategi pemasaran seperti potongan harga, gratis ongkir, program promosi, dan kemudahan pembayaran digital semakin mendorong masyarakat untuk melakukan aktivitas konsumsi (Kotler & Keller, 2022).

Perubahan pola konsumsi tersebut juga terjadi pada kalangan mahasiswa yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang dekat dengan perkembangan teknologi

sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan internet dan media digital. Kemudahan akses terhadap berbagai informasi produk membuat mahasiswa lebih mudah mengetahui tren terbaru dan berbagai jenis barang yang sedang diminati. Namun, kondisi tersebut juga dapat menimbulkan dampak negatif apabila mahasiswa tidak mampu mengendalikan keputusan konsumsi. Mahasiswa sering kali melakukan pembelian bukan hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena adanya dorongan keinginan, pengaruh lingkungan sosial, serta keinginan untuk mengikuti perkembangan tren (Schiffman & Wisenblit, 2018).

Perubahan pola konsumsi tersebut juga terjadi pada kalangan mahasiswa yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang dekat dengan perkembangan teknologi sehingga memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan internet dan media digital. Kemudahan akses terhadap berbagai informasi produk membuat mahasiswa lebih mudah mengetahui tren terbaru dan berbagai jenis barang yang sedang diminati. Namun, kondisi

tersebut juga dapat menimbulkan dampak negatif apabila mahasiswa tidak mampu mengendalikan keputusan konsumsi. Mahasiswa sering kali melakukan pembelian bukan hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena adanya dorongan keinginan, pengaruh lingkungan sosial, serta keinginan untuk mengikuti perkembangan tren (Schiffman & Wisenblit, 2018).

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola sumber daya keuangan, serta mengambil keputusan yang berkaitan dengan penggunaan uang. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik diharapkan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, membuat perencanaan pengeluaran, serta menghindari keputusan konsumsi yang kurang tepat (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Bagi mahasiswa, literasi keuangan memiliki peran penting karena pada masa perkuliahan mahasiswa mulai mengatur keuangan pribadi secara lebih mandiri. Namun, tingginya pemahaman keuangan tidak

selalu secara langsung membuat seseorang terbebas dari perilaku konsumtif. Dalam kondisi tertentu, mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan dapat tetap melakukan pembelian yang bersifat konsumtif karena adanya faktor lain seperti kemudahan transaksi, pengaruh teman sebaya, tren, maupun kepuasan pribadi (Herdjiono & Damanik, 2016).

Selain literasi keuangan, gaya hidup menjadi faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup menggambarkan pola seseorang dalam menggunakan waktu, menentukan minat, serta membentuk pandangan terhadap suatu hal. Dalam kehidupan mahasiswa, gaya hidup dapat terlihat dari cara berpakaian, pilihan produk yang digunakan, aktivitas sosial, hingga kebiasaan dalam melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2022)

Mahasiswa yang memiliki gaya hidup berorientasi pada tren cenderung lebih mudah melakukan konsumsi sebagai bentuk pencapaian diri maupun penyesuaian terhadap lingkungan sosial. Pembelian barang tidak lagi hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga

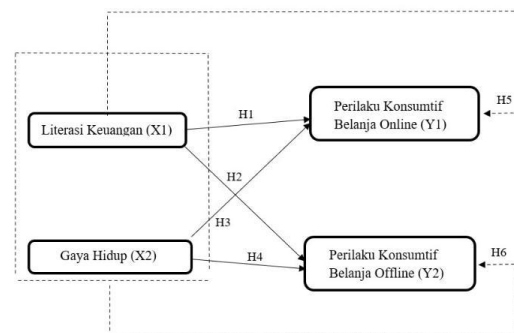
sebagai cara untuk menunjukkan identitas, meningkatkan kepercayaan diri, atau memperoleh pengakuan sosial (Kotler & Keller, 2016).

Fenomena perilaku konsumtif juga dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks konsumsi mahasiswa, keputusan membeli dipengaruhi oleh bagaimana individu memandang aktivitas konsumsi, pengaruh lingkungan, serta keyakinan terhadap kemampuan dalam mengendalikan perilaku tersebut (Yuriev et al., 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Herdjiono & Damanik (2016) menunjukkan bahwa pemahaman keuangan berhubungan dengan cara individu mengelola keputusan finansial, sedangkan penelitian Wahyuni et al. (2019) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan

terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, sebagian penelitian lebih banyak membahas perilaku konsumtif pada aktivitas belanja online, sedangkan penelitian yang membandingkan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja online dan offline masih terbatas.

Berdasarkan uraian mengenai hubungan literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, maka dapat disusun kerangka berpikir penelitian yang menggambarkan hubungan antarvariabel penelitian sebagai berikut.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online (Y1) dan perilaku konsumtif belanja offline (Y2). Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam memahami dan mengelola keuangan,

sedangkan gaya hidup menggambarkan pola aktivitas, minat, dan keputusan konsumsi mahasiswa.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan *offline* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Penelitian ini termasuk jenis *explanatory research* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2022 FKIP Universitas Jambi yang berjumlah 104 mahasiswa. Populasi yang akan diteliti memiliki unsur dan sifat yang sama dalam memperoleh data terkait literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif belanja *online* dan *offline*. Berikut disajikan total populasi dalam table di bawah ini:

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Angkatan	Kelas	Jumlah
2022	R-001	35 Orang
	R-002	34 Orang
	R-003	35 Orang
Total		104 Orang

Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Penggunaan teknik ini dipilih karena jumlah populasi penelitian relatif kecil dan memungkinkan seluruh anggota populasi dijadikan responden. Dengan demikian, sampel penelitian berjumlah 104 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Penggunaan seluruh populasi sebagai sampel diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan *offline*.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) sebagai variabel independen, serta perilaku konsumtif belanja *online* (Y1) dan perilaku konsumtif belanja *offline*

(Y2) sebagai variabel dependen. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 27. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial maupun simultan.

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen penelitian terlebih dahulu dilakukan pengujian untuk mengetahui kualitas data melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel penelitian, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap instrumen yang digunakan. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 27. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel literasi keuangan dan gaya

hidup terhadap perilaku konsumtif belanja online dan offline. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada 104 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 27 untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan *offline*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model penelitian memenuhi kriteria analisis sehingga dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Belanja Online Sig.	Belanja Offline Sig.
Literasi Keuangan	< 0,001	< 0,001
Gaya Hidup	0,011	0,010

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 2, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online maupun offline. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan tidak selalu menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan lebih baik dapat memiliki kemudahan dalam mengatur pengeluaran dan menggunakan layanan transaksi, sehingga lebih percaya diri dalam melakukan pembelian. Kondisi tersebut dapat meningkatkan intensitas konsumsi apabila tidak disertai pengendalian diri.

Temuan ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan dapat meningkatkan persepsi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan, tetapi keputusan konsumsi tetap dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, kemudahan transaksi, dan lingkungan sosial. Hasil penelitian ini

sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan dengan perilaku konsumsi mahasiswa.

Selanjutnya, variabel gaya hidup juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online dan offline. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa mengikuti tren, memperhatikan penampilan, dan menjadikan aktivitas konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dilakukan. Dalam aktivitas belanja online, kemudahan akses, diskon, dan promosi digital dapat memperkuat dorongan pembelian. Sedangkan pada belanja offline, faktor lingkungan, suasana toko, serta keinginan mengikuti tren turut memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa.

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	Sig. Uji F
Perilaku Konsumtif Belanja Online	< 0,001
Perilaku Konsumtif Belanja Offline	< 0,001

Berdasarkan Tabel 3, literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan *offline*.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan belanja *offline* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi uji F yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan kombinasi antara kemampuan individu dalam memahami keuangan dan pola hidup yang dijalankan. Literasi keuangan berperan dalam membentuk cara mahasiswa mengelola uang dan mengambil keputusan pembelian, sedangkan gaya hidup memengaruhi preferensi, kebiasaan, serta dorongan dalam melakukan konsumsi. Ketika kedua faktor tersebut saling berkaitan, maka dapat memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam

melakukan pembelian secara *online* maupun *offline*.

Menurut teori perilaku konsumen, keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor pribadi dan psikologis. Dalam penelitian ini, literasi keuangan mencerminkan aspek pengetahuan dan kemampuan pengelolaan keuangan, sedangkan gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan pandangan seseorang terhadap konsumsi. Oleh karena itu, mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan dan gaya hidup tertentu dapat memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang berbeda.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R^2
Perilaku Konsumtif Belanja Online	25,4%
Perilaku Konsumtif Belanja Offline	33,6%

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji koefisien determinasi (R^2), variabel literasi keuangan dan gaya hidup mampu menjelaskan variasi perilaku konsumtif belanja *online* sebesar 25,4%. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 74,6%

dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, pendapatan, promosi, dan kontrol diri.

Selanjutnya, pada perilaku konsumtif belanja *offline* diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 33,6%. Artinya, literasi keuangan dan gaya hidup memberikan kontribusi sebesar 33,6% dalam menjelaskan perilaku konsumtif belanja *offline* mahasiswa, sementara 66,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Nilai tersebut menunjukkan bahwa faktor gaya hidup dan literasi keuangan memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa, baik melalui kemudahan transaksi, pengaruh lingkungan, maupun keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan.

Hasil penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal individu. Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola sumber daya keuangan, sedangkan gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini seseorang dalam

menentukan pilihan konsumsi. Oleh karena itu, kombinasi antara pemahaman keuangan dan gaya hidup memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja *online* dan *offline* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara parsial, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* maupun belanja *offline*. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa belum sepenuhnya mampu mengurangi perilaku konsumtif karena keputusan konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kemudahan transaksi, promosi, dan dorongan pribadi. Selain itu, gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* maupun *offline*, yang menunjukkan bahwa

kecenderungan mengikuti tren, memperhatikan penampilan, dan pengaruh lingkungan sosial dapat meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa. Secara simultan, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online dan offline.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi serta lebih bijak dalam menentukan prioritas antara kebutuhan dan keinginan. Perguruan tinggi juga diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi agar mahasiswa mampu membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti kontrol diri, pengaruh teman sebaya, pendapatan, media sosial, dan faktor psikologis lainnya, serta memperluas objek penelitian pada kelompok responden yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh financial attitude, financial knowledge, parental income terhadap financial management behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–241.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson.