

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *LOCUS OF CONTROL* DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA DI SHOPEE

Oktavia Nur Cahyaningsih¹, Salman Alfarisy Totalia²

^{1,2} Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

E-mail: oktavianur@student.uns.ac.id¹⁾
salmanalfarisytalia@staff.uns.ac.id²⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja di shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. (2) *pengaruh locus of control* terhadap perilaku konsumtif belanja di shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. (3) pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja di shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNS angkatan 2021 dan 2022 yang telah/sedang menempuh mata kuliah literasi keuangan atau manajemen keuangan. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form. Teknik uji validitas dengan teknik product moment dan uji reliabilitas dengan teknik cronbach's alpha. Analisis data menggunakan deskriptif statistik, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 Universitas Sebelas Maret Surakarta. (2) *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 Universitas Sebelas Maret. (3) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 Universitas Sebelas Maret.

Kata kunci: Belanja Online, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, *Locus of Control*, Perilaku Konsumtif

Abstract

This study aims to determine: (1) the effect of financial literacy on consumptive shopping behavior at shopee on students of Economic Education, Sebelas Maret University. (2) the effect of locus of control on consumptive shopping behavior at shopee on students of Economic Education, Sebelas Maret University. (3) the effect of lifestyle on consumptive shopping behavior at shopee on students of Economic Education, Sebelas Maret University. This study is a quantitative study with a population of UNS Economic Education students from the 2021 and 2022 intakes who have/are taking financial literacy or financial management courses. Sampling using purposive sampling technique. Data collection using a questionnaire via Google Form. Validity test technique with product moment technique and reliability test with Cronbach's alpha technique. Data analysis using descriptive statistics, normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, T test, F test and coefficient of determination. The results of the study prove that (1) financial literacy has a negative effect on consumer shopping behavior at Shopee among Economic Education students from the 2021-2022 intake at Sebelas Maret University, Surakarta. (2) locus of control has a negative effect on consumer shopping behavior at Shopee among Economic Education students from the 2021-2022 intake at Sebelas Maret University. (3) Lifestyle has a positive effect on consumer shopping behavior on Shopee for Economic Education Students, 2021-2022 intake, Sebelas Maret University.

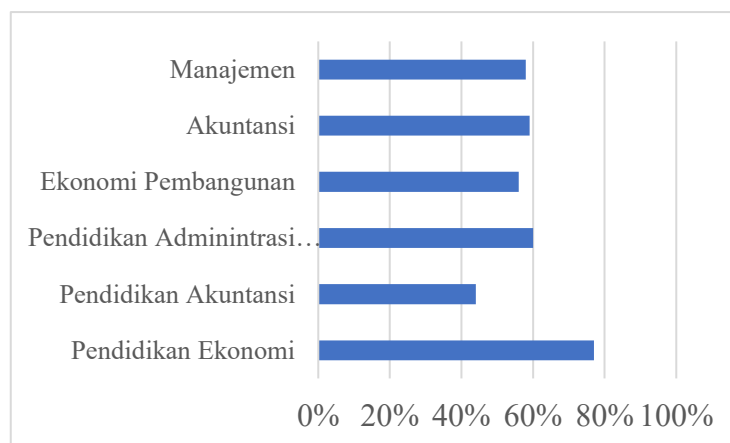
Keywords: Consumer Behavior, Financial Literacy, Locus of Control, Lifestyle, Online Shopping



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi bertumbuh secara pesat sehingga menyebabkan perubahan masyarakat dalam berkomunikasi serta bertransaksi. Didi bidang ekonomi pada era ini mengalami peningkatan kemajuan industri yang mampu menyediakan segala kebutuhan masyarakat. Semakin banyaknya pusat perbelanjaan, sektor fashion, pasar properti mewah, preferensi barang asing, makanan cepat saji, teknologi dan bidang lainnya yang mampu menimbulkan dampak dalam aspek kebutuhan masyarakat. Sehingga Keinginan yang kuat dalam melakukan konsumsi atau memiliki sesuatu dikarenakan kemudahan, (Rahmawati & Putri, 2023). Banyak kemudahan yang didapatkan melalui belanja online ini menyebabkan banyak masyarakat yang semakin enggan untuk pergi ke toko secara langsung, bahkan banyak sedikitnya yang berbelanja secara langsung. Berbelanja melalui marketplace telah menjadi salah satu alternatif utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Cara yang lebih sederhana sehingga masyarakat dapat mampu membeli produk dimanapun mereka berada tanpa harus datang ke toko secara langsung. Berbelanja melalui marketplace bukan hanya sebagai wahana belanja online, namun merupakan bagian dari suatu perubahan sosial serta budaya masyarakat, (Wahyuni & Istiana, 2022). Melalui aplikasi ini menawarkan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas yang tinggi, sehingga menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen, termasuk mahasiswa. Salah satu kalangan konsumtif yang banyak menggunakan layanan ini adalah mahasiswa, karena dengan bantuan informasi yang relevan dan kecakapan dalam teknologi membuat mahasiswa lebih mudah memahami online shop dan menikmati manfaatnya. Oleh karena itu, peneliti melalui prapenelitian mendapatkan data faktual bahwa mahasiswa UNS lebih menyukai berbelanja secara online dikarenakan adanya kemudahan akses darimana saja. Sebanyak 91,7% mahasiswa UNS memilih sering melakukan berbelanja online daripada berbelanja secara langsung. Sedangkan 8,3% mahasiswa memilih lebih menyukai berbelanja secara langsung.



Gambar 1. Rata-Rata Tingkat Perilaku Konsumtif Berdasarkan Pra Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, dari berbagai program studi menghasilkan mahasiswa Pendidikan Ekonomi menduduki tingkat perilaku konsumtif pertama dengan rata-rata sebesar 77%. Sedangkan posisi yang kedua adalah mahasiswa dari Pendidikan Administrasi Perkantoran dengan rata-rata sebesar 60%. Hal ini yang mendorong

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Selain berdasarkan data diatas, terdapat alasan yang lain untuk melakukan penelitian di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret adalah dapat dilihat dari uang saku tingkat uang saku kurang dari Rp 1.500.000 menduduki urutan pertama. Dimana tingkat perilaku konsumtif yang tinggi sering tidak sebanding dengan pendapatan atau uang saku yang rendah.

Perilaku konsumtif harus diiringi dengan pengelolaan keuangan yang baik serta tepat. Literasi keuangan sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif. Untuk menghindari perilaku konsumtif diperlukan tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan pengelolaan keuangan (Yahya, 2021). Selain faktor literasi keuangan, faktor psikologis seperti *locus of control* berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. *Locus of control* sendiri merupakan suatu kesadaran setiap orang akan beberapa aspek penting dalam hidupnya yang dapat mempengaruhi perilakunya (Soraya, W. F & Prima, A. P, 2024). Teori perilaku konsumen yang dikembangkan oleh Engel, Kollat, dan Blackwell bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor lingkungan dan perbedaan individu. Menekankan bahwa yang dibeli dan digunakan pada akhirnya merupakan hasil dari suatu jenis keputusan (Reina P. M. D., & Rodríguez V. J. C, 2023). Dalam penelitian ini, faktor lingkungan direpresentasikan melalui *locus of control* yang menentukan tingkat kendali diri mahasiswa terhadap keputusan belanjanya, di mana *internal locus of control* mendorong pencarian informasi mandiri sedangkan *eksternal locus of control* cenderung terpengaruh lingkungan sosial. Sementara itu, faktor perbedaan individu mencakup literasi keuangan yang mempengaruhi kemampuan evaluasi finansial produk, serta gaya hidup yang merefleksikan pola konsumsi berdasarkan nilai-nilai personal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herlina & Sari (2023) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. Selain itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fariana et al (2021) dimana variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNP Kediri. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online melalui platform TikTok (Perdana et al., 2022) hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Putri (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktapiani & Andriani (2023) menemukan bahwa *locus of control* memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif di masyarakat Sumbawa. Selain itu penelitian yang menunjukan adanya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dilakukan oleh Miranda et al (2024) menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dijalani mahasiswa, maka perilaku konsumtif mereka juga cenderung meningkat. Sebaliknya, perilaku konsumtif akan semakin rendah jika gaya hidup yang dijalani lebih sederhana.

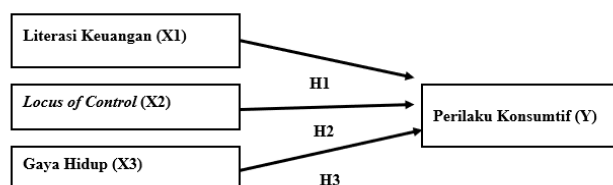
Berdasarkan latar belakang dan adanya gap penelitian terdahulu, maka penelitian ini perlu dikaji lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Locus of Control* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Di Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret.” Penelitian ini diharapkan

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era digital saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena dalam penelitian ini menjelaskan variabel, gejala atau suatu keadaan yang diteliti menggunakan data yang bersifat angka yang diperoleh dari angket maupun kuesioner. Penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen antara lain literasi keuangan sebagai X1, *locus of control* sebagai X2, gaya hidup sebagai X3, sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif.



Gambar 2. Kerangka Berfikir

Pengumpulan data melalui google form yang berisi pernyataan-pernyataan. Penilaian kuesioner ini menggunakan skala likert dengan skor paling besar adalah 5 dan skor 1 sebagai skor terendah. Lokasi penelitian bertempat di Program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hal ini karena dengan menggunakan teknik ini dalam penelitian yang dilakukan terdapat beberapa kriteria yang digunakan yaitu mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi angkatan 2021 dan 2022 Universitas Sebelas Maret telah/sedang menempuh mata kuliah literasi keuangan dan melakukan kegiatan belanja online di shopee. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji t), dan koefisien determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil validitas diukur melalui *construct product moment* dengan membandingkan r hitung > r tabel menggunakan signifikansi 5%. Pada pernyataan-pernyataan dari variabel literasi keuangan, *locus of control*, dan gaya hidup bahwa seluruh item menunjukkan valid. Sedangkan teknik reliabilitas yang digunakan dalam penelitian menggunakan rumus *cronbach alpha*. Dalam uji ini, instrumen memiliki nilai alpha lebih besar dari 0.60 sehingga dikatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Item	Variabel	Batas Reliabilitas	Cronbach Alpha	Keterangan
6	Literasi Keuangan	0,60	0,798	Reliabel
14	<i>Locus of Control</i>	0,60	0,879	Reliabel
6	Gaya Hidup	0,60	0,662	Reliabel
10	Perilaku Konsumtif	0,60	0,942	Reliabel

Hasil Uji Normalitas

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menggunakan SPSS versi 22. Uji normalitas dengan memiliki kriteria nilai signifikansi diatas 0,05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Ringkasan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		150
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	7.95296393
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.067
	<i>Positive</i>	.067
	<i>Negative</i>	-.047
<i>Test Statistic</i>		.067
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.097 ^c

Dilihat dari hasil tabel diatas menunjukkan nilai signifikasi sebesar $0,097 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan melalui program SPSS versi 22 dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikasi 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

		Sig
		Deviation for Linearity
		Keterangan
Y*X1	0, 679	Terdapat hubungan linear
Y*X2	0, 393	Terdapat hubungan linear
Y*X2	0, 677	Terdapat hubungan linear

Tabel diatas menunjukkan hasil setiap variabel memiliki hubungan yang linear.

Hasil Uji Multikolinearitas

Multilinearitas dapat diuji melalui program SPSS, apabila VIF yang dihasilkan < 10 dan nilai *tolerance* 0,1 maka tidak menunjukkan multikolinearitas, dan hal tersebut berlaku untuk sebaliknya.

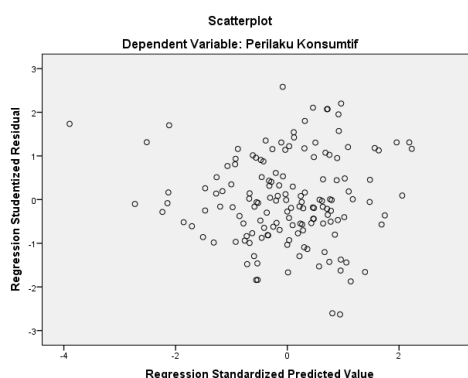
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
1	Literasi Keuangan	0,932	1,073	Tidak terdapat multikolinearitas
2	<i>Locus of Control</i>	0,995	1,005	Tidak terdapat multikolinearitas
3	Gaya Hidup	0,936	1,068	Tidak terdapat multikolinearitas

Dapat disimpulkan bahwa ketiga variable memiliki nilai *tolerance* $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$, sehingga tidak terdapat gejala multikolineritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *scatterplot* dengan melihat pola pada gambar. Hasil uji heterokedastisitas dengan scatterplot tidak membentuk pola tertentu dapat dikatakan menyebar.



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedasitas

Berdasarkan hasil uji *scatterplot*, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini. Hal ini ditunjukkan oleh penyebaran titik-titik data yang berlangsung secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y.

Hasil Hipotesis Penelitian

Uji t dilakukan untuk mencari apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (X1, X2, dan X3) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Penghitungan Uji t

Variabel Bebas	Beta	t	Sig	Keputusan
Literasi Keuangan (X1)	-0,173	-2,383	0,018	H ₁ Diterima
<i>Locus of Control</i> (X2)	-0,187	-2,650	0,009	H ₁ Diterima
Gaya Hidup (X3)	0,502	6,918	0,000	H ₁ Diterima

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Berdasarkan hasil analisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret terdapat pengaruh negatif yang signifikan, dibuktikan dengan uji t didapatkan nilai t_{hitung} sebesar -2,383, untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara X1 terhadap Y, maka t_{hitung} harus lebih besar dari t_{tabel} . Dalam penelitian ini t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% dan $df = 150$ ($df = n - k - 1$, dimana $df = 150 - 3 - 1 = 146$), didapatkan 1,655. Oleh karena itu $-2,383 > 1,655$ yang artinya terdapat pengaruh negatif. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 Universitas Sebelas Maret Surakarta. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya apabila tingkat literasi keuangan rendah maka tingkat perilaku konsumtif meningkat. Bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka, sehingga mereka lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif menandakan diterimanya hipotesis pertama, penelitian ini sejalan Teori Perilaku Konsumen dimana mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih mampu mengevaluasi produk secara finansial, seperti memahami harga, biaya pengiriman, dan nilai dari produk yang ditawarkan. Sehingga mampu membuat keputusan yang lebih bijaksana dan menghindari tindakan konsumtif yang tidak sesuai dengan anggaran. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui mata kuliah yang diperoleh mahasiswa merupakan langkah strategis untuk membantu individu terutama mengelola keuangan mereka secara lebih bertanggung jawab dan menghindari kebiasaan konsumtif yang merugikan. Bahwa literasi keuangan berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang, sehingga literasi keuangan yang tinggi dapat mengendalikan perilaku konsumsi seseorang (Pamungkas & Firmialy, 2023)

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati & Putri (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial, dimana jika literasi keuangan mahasiswa semakin meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswa akan otomatis mengalami penurunan, dan sebaliknya ketika literasi keuangan mahasiswa semakin menurun maka perilaku konsumtif mahasiswa akan meningkat.

Pengaruh *Locus of Control* berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif Perilaku Konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Berdasarkan uji t didapatkan nilai t_{hitung} sebesar -2,650 untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara X_2 terhadap Y , maka t_{hitung} harus lebih besar dari t_{tabel} . Dalam penelitian ini t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% dan $df = 150$ ($df = n - k - 1$, dimana $df = 150 - 3 - 1 = 146$), didapatkan 1,655. Oleh karena itu $-2,650 > 1,655$ yang artinya terdapat pengaruh negatif. Artinya ketika *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, ini berarti bahwa individu yang memiliki *locus of control* yang baik cenderung mengurangi perilaku konsumtif. Mahasiswa akan lebih berhati-hati dalam pengeluaran dan lebih fokus pada pengelolaan keuangan yang baik, karena mereka percaya bahwa keputusan mereka akan mempengaruhi hasil keuangan mereka. Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNS 2021/2022 menunjukan bahwa *locus of control* ketika meningkat maka perilaku konsumtifnya menurun, ini dikarenakan mahasiswa berusia 20 - 24 mempunyai *locus of control* yang baik terhadap konsumsinya baik barang maupun jasa, sehingga dapat mengendalikan keinginannya untuk membeli barang barang yang bermerek, mahal, meskipun di iming imingi oleh diskon terutama dalam aplikasi Shopee. Sesuai dengan Teori Perilaku Konsumen, dimana mahasiswa dengan *internal locus of control* lebih aktif dalam membandingkan harga, membaca ulasan produk, dan mencari penawaran terbaik di Shopee sebelum melakukan pembelian. Hal ini dapat mengarah pada keputusan yang lebih informasional dan memuaskan. Mahasiswa yang mampu mengendalikan dirinya secara efektif menahan dari lingkungan belanja online, sebaliknya menyerah pada perilaku pembelian impulsif yang mengakibatkan perilaku konsumtif (Zhang et al., 2024).

Sejalan dengan penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh negatif antara *locus of control* terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan (Dilasari et al., 2021). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa *locus of control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Subang, yang menunjukan bahwa *locus of*

control generasi milenial di Kota Subang meningkat maka perilaku konsumtifnya menurun.

Pengaruh Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif belanja di Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret

Berdasarkan uji t didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 6,918 untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara X_3 terhadap Y , maka t_{hitung} harus lebih besar dari t_{tabel} . Dalam penelitian ini t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% dan $df = 150$ ($df = n - k - 1$, dimana $df = 150 - 3 - 1 = 146$), didapatkan 1,655. Oleh karena itu $6,918 > 1,655$ yang artinya terdapat pengaruh positif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif belanja di shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya. Begitu sebaliknya, ketika gaya hidup rendah maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin turun. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sardiyo & Martini (2022) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku Konsumtif. Gaya hidup mencerminkan *aholistik eksklusif* yang berinteraksi dengan angka serta hasil teori. Penelitian lain juga menyebutkan bahwa variable gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Wardanny, 2020).

Merujuk pada Teori Perilaku Konsumen, gaya hidup yang mencerminkan pola konsumsi berdasarkan aktivitas dan nilai-nilai pribadi. Gaya hidup dapat memengaruhi preferensi produk dan merek yang dipilih oleh konsumen. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup dapat memengaruhi cara mereka menghabiskan waktu dan uang, serta keputusan pembelian yang dibuat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa (1) Tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap kecenderungan perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja di platform Shopee oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021–2022 Universitas Sebelas Maret Surakarta (2) *Locus of control* menunjukkan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja di Shopee. (3) Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021–2022 Universitas Sebelas Maret.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi faktor eksternal seperti faktor budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Selain itu contoh faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi, seperti adalah pembelian impulsif, promosi, dan lingkungan sosial. Penelitian yang lebih luas dan mendalam diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai dinamika perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 56–77. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

- Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>
- Herlina, F., & Sari, I. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 03(02), 306–314.
- Miranda, Nurjanah, & Ade Fadillah FW Pospos. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jii*, 9(1), 36–52. <https://doi.org/10.32505/jii.v9i1.8826>
- Oktapiani, S., & Andriani, S. (2023). *Financial Literacy, Locus of Control on Consumptive Behavior of Sumbawa District Community Lifestyle As an Intervening Variable*. 4(2), 328–334.
- Pamungkas, M. Z., & Firmialy, S. D. (2023). Assessing the Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior (Comparative Study Based on Gender). *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(03), 379–392. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.9>
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p313-319>
- Reina Paz, M. D., & Rodríguez V. J. C. (2023). Main theoretical consumer behavioural models. A review from 1935 to 2021. *Heliyon*, 9(3), e13895. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13895>
- Sardiyo, S., & Martini, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner*, 6(3), 3169–3180. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.934>
- Wahyuni & Istiana. (2022). Pengaruh Belanja Online Di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan*, 3(2), 165–168. www.jurnalp3k.com/index.php/J-P3K/index
- Wan Farida Soraya, & Argo Putra Prima. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Locus Of Control terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2743–2759. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1655>
- Wardanny, M. K. (2020). *Pengaruh Financial Literacy, Income, Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya*. 2(12), 992–1002. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12222p992-1002>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Zhang, X., Fan, J., & Zhang, R. (2024). The impact of social exclusion on impulsive buying behaviour of consumers on online platforms: Samples from China. *Heliyon*, 10(1), e23319. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23319>