

**THE EFFECT OF LIFESTYLE POCKET MONEY AND ONLINE SHOPPING ON STUDENTS' CONSUMER BEHAVIOR**

**PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA/I EKONOMI PEMBANGUNAN FEB UNIMOR MENGGUNAKAN ELECTRONIC MONEY**

<sup>1</sup>Margareta Diana Pangastuti

[pangastutidiana7@gmail.com](mailto:pangastutidiana7@gmail.com)

<sup>2</sup>Ernestina Lika'

[ernestinalika@unimor.ac.id](mailto:ernestinalika@unimor.ac.id)

<sup>3</sup>Adi Faisal Aksa

[adifaisalaksa@yahoo.com](mailto:adifaisalaksa@yahoo.com)

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIMOR Kefamenanu

**Abstract**

This study aims to determine the effect of pocket money, lifestyle and online shop on the consumer behavior of FEB students at Timor University. The results of the simple linear regression analysis state that, partially the pocket money variable has a significant effect on the student's consumer behavior variable as indicated by a significant level of  $0.000 < 0.05$ . Partially the Lifestyle variable has a significant effect on student consumer behavior as indicated by a significant level of  $0.000 < 0.05$ . Partially the online shop variable has a significant effect on student consumer behavior as indicated by a significant level of  $0.000 < 0.05$ . Simultaneously the pocket money, lifestyle and online shop variables have a significant effect on student consumer behavior as indicated by a significant level of  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** *Pocket Money, Lifestyle, Online Shop and Consumer Behavior*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh uang saku, gaya hidup dan *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Timor. Hasil analisis regresi linear sederhana menyatakan bahwa, secara parsial variabel uang saku berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa yang ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar  $0.000 < 0,05$ . Secara parsial variabel Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar  $0.000 < 0,05$ . Secara parsial variabel *online shop* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar  $0.000 < 0,05$ . Secara simultan variabel uang saku, gaya hidup dan *online shop* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditunjukkan dengan tingkat signifikan sebesar  $0.000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Uang Saku, Gaya Hidup, Online Shop dan Perilaku Konsumtif*

**PENDAHULUAN**

Perilaku konsumtif merupakan pembelian yang terjadi ketika seorang konsumen tiba-tiba mengalami keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu secepatnya atau kecenderungan ingin berbelanja di sekitar secara spontan. Dalam kehidupannya, seseorang yang berperilaku konsumtif menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang ataupun jasa yang menjadi keinginannya tanpa memperdulikan kebutuhan prioritas. Perilaku konsumtif tersebut bisa terjadi pada siapa saja, tanpa terkecuali pada mahasiswa, (Irmawati Manalu, 2023). Uang saku merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang dari orang tuanya dan selanjutnya uang ini dapat mempengaruhi pola konsumsi baik rutin maupun tidak. Pemberian uang saku kepada anak adalah bagian dari pengalokasian pendapatan keluarga kepada anak untuk keperluan harian, mingguan atau bulanan, baik keperluan jajan maupun keperluan lainnya rutin (N. Rozaini & Harahap, 2019).

Istilah gaya hidup menggambarkan tindakan dan merupakan bagian dari ciri-ciri dunia modern atau sering disebut modernitas. Di sisi lain gaya hidup didefinisikan aktivitas, ketertarikan, dan cara berpendapat seseorang. Dimana gaya hidup adalah cara dan tingkah laku seseorang yang

memberikan gambaran pada kegiatan, minat dan opini dalam pola kehidupan sehari-harinya baik itu saat berinteraksi maupun saat bereaksi di lingkungan, (Armelia & Irianto, 2021). *Online shop* adalah sebuah wadah yang melakukan penjualan atau pembelian terhadap barang atau jasa tanpa bertatap wajah secara langsung dengan menggunakan media sosial ataupun web browser. *Online Shop* atau belanja via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pembeli secara langsung. *Online Shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja. Melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat (N. R. Rozaini, 2021). Berikut data jumlah mahasiswa Universitas Timor:

**Tabel 1 Data Jumlah Mahasiswa Universitas Timor Tahun 2024**

No	Fakultas	Jumlah mahasiswa
1	Fakultas Pertanian Sains Dan Kesehatan (FPSK)	3.264
2	Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIPOL)	2.573
3	Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP)	1.749
4	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB)	1.827
	<b>Jumlah</b>	<b>9.413</b>

Sumber Data: Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Unimor, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa FPSK sebanyak 3.264, FISIPOL sebanyak 2.573, FKIP sebanyak 1.749, dan FEB sebanyak 1.827. Perilaku konsumtif mahasiswa menarik untuk diteliti dikarenakan perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor. Berikut data jumlah mahasiswa/i aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

**Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2021-2023**

Prodi	Tahun		
	2021	2022	2023
Ekonomi pembangunan	150	196	114
Manajemen	184	271	320

Sumber Data: Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Unimor, 2024

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang masih aktif di Program Studi Ekonomi Pembangunan tahun 2021 berjumlah 150 orang, tahun 2022 berjumlah 196 orang dan tahun 2023 berjumlah 114 orang. Sedangkan pada program studi Manajemen tahun 2021 berjumlah 167 orang, tahun 2021 berjumlah 184 orang, tahun 2022 berjumlah 271 orang dan tahun 2023 berjumlah 320 orang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai subjek dalam penelitian ini karena berdasarkan pengamatan, penulis melihat bahwa pada era saat ini banyak mahasiswa yang tidak berperilaku irasional artinya kebanyakan mahasiswa yang berpikir untuk lebih mementingkan kesenangan/keinginan dibandingkan dengan kebutuhan utama mereka sebagai seorang mahasiswa. Contohnya banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis lebih memilih untuk membeli barang-barang mengikuti tren, iming-iming atau karena harga diskon. Khususnya untuk perempuan lebih memilih untuk membeli *skincare*, mengoleksi pakaian, tas, sepatu dan lain sebagainya sedangkan untuk laki-laki lebih memilih untuk membeli rokok, berjudi, miras dan lain sebagainya dibandingkan untuk membeli kebutuhan perkuliahan seperti buku paket, laptop, dan alat tulis. Berikut adalah data perilaku konsumtif mahasiswa/i aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor.

**Tabel 3 Data Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB**

No	Perilaku	Frekuensi	Percentase (100%)
1.	Membeli produk berlebihan	15	31,3
2.	Mengikuti tren	15	31,2
3.	Menjaga penampilan atau gengsi	12	25
4.	Alasan Lain	6	12,5
	Jumlah	48	100

Sumber Data: Hasil observasi awal diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa perilaku mengikuti tren tergolong tinggi yaitu sebesar 31,3%, karena banyak mahasiswa terutama perempuan yang menghabiskan uang sakunya untuk membeli barang atau produk yang sudah mereka miliki tetapi mereka ingin membelinya lagi bukan berdasarkan kebutuhan utama melainkan keinginan yang tinggi. Perilaku mengikuti tren tinggi yaitu sebesar 31,2%, dimana kebanyakan mahasiswa yang gaya hidupnya selalu mengikuti tren seperti mereka menghabiskan waktu mereka dengan nongkrong di kafe. Sedangkan untuk perilaku menjaga penampilan atau gengsi sebesar 25%, banyak mahasiswa yang selalu mementingkan penampilan mereka dengan membeli barang-barang yang bermerk.

### Teori Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama kalangan mahasiswa. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Dany & Ari Susanti, 2023). Mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, trend, dan mode yang sedang berlaku sehingga dari beberapa pengaruh tersebut mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup secara berlebihan (Noni Rozaini, 2020). Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan individu atau komunitas untuk mengeluarkan uang, membeli barang dan jasa pada tingkat konsumsi yang tinggi, terkadang di luar kemampuan finansial mereka. Hal ini sering kali berdampak negatif pada stabilitas keuangan pribadi dan juga dapat berdampak pada perekonomian secara keseluruhan (Aini & Rahayuningsih, 2024). Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri, dimana terdapat asosiasi individu dalam suatu kelompok yang menyebabkan timbulnya keinginan untuk membeli barang. Mahasiswa yang memiliki konsep diri positif akan terlihat lebih percaya diri, bersikap positif terhadap segala sesuatu dan mampu menghargai dirinya, sedangkan mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif akan merasa bahwa dirinya lemah, tidak mampu berbuat apa-apa, tidak disukai, mudah menyalahkan diri sendiri dan bersikap pesimis terhadap kehidupan. Konsep diri dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal, meliputi: intelegensi, motivasi dan emosi, kompetensi personal, episode keberhasilan dan kegagalan, status kesehatan serta kondisi dan penampilan fisik, sedangkan faktor eksternal, meliputi: lingkungan keluarga, status sosial, kebudayaan dan peran pendidikan (Luas *et al.*, 2023).

### Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Athallah & Asbara, 2023):

1. Faktor Eksternal
  - a) Kebudayaan.

Perubahan yang sangat berpengaruh adalah proses perubahan di masyarakat dari hal-hal yang bersifat tradisional kemodern atau disebut juga dengan modernisasi. Budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa kemas melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat.

b) Kelas Sosial.

Kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang rendah. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke berbagai kelas atau berbagai lapisan.

c) Keluarga.

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli barang. Dapat disimpulkan bahwa Keluarga merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.

2. Faktor Internal

a. Motivasi.

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada didalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Motivasi muncul dengan alasan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

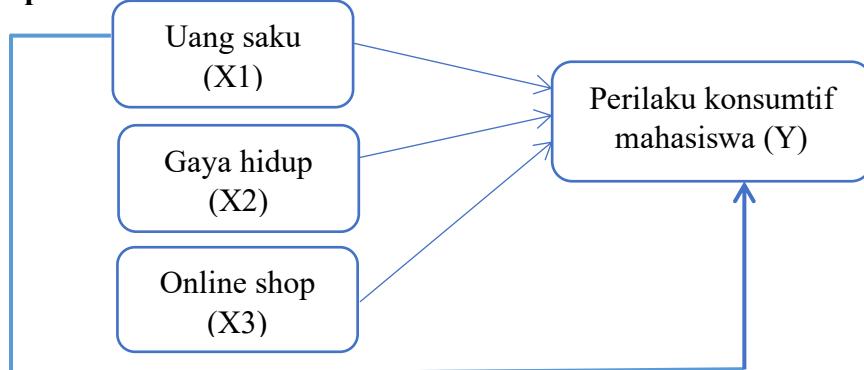
b. Kepribadian.

Karakter seseorang tentunya tidak sama antar manusia, masing-masing memiliki keistimewaan dan sifat yang beragam, selain beragam juga terdapat persamaan antara yang satu dengan yang lainnya. Karakter pembeli sangat penting bagi pemasar karena diidentikkan dengan perilaku pembeli.

c. Gaya Hidup.

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Cara hidup menggambarkan perilaku individu dalam memanfaatkan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

### Kerangka konseptual



Gambar 1. Keragka Pikir Penelitian

### Pengaruh uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Perilaku Konsumtif adalah sikap atau tindakan seseorang yang lebih mengedepankan emosionalnya untuk mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan demi mementingkan keinginan dan bukan kebutuhannya. Perilaku konsumtif sering terjadi di kalangan mahasiswa,

banyak mahasiswa saat ini yang hobi berbelanja barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Terlebih saat ini media sosial atau platform belanja online sudah banyak ditemui sehingga sangat mendukung terciptanya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Sudarta *et al.*, 2022). Mahasiswa ketika diberikan uang saku oleh orang tuanya uang tersebut diatur oleh dirinya sendiri, apabila mahasiswa tidak mampu mengelola uang sakunya, maka tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan mahasiswa tersebut akan menjadi konsumtif. Uang saku merupakan salah satu faktor yang sangat berhubungan erat dengan kegiatan konsumsi (Alfarid *et al.*, 2023).

H<sub>1</sub>=Terdapat pengaruh signifikan antara variabel uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

#### **Pengaruh Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

Istilah gaya hidup menggambarkan tindakan dan merupakan bagian dari ciri-ciri dunia modern atau sering disebut modernitas (Sukirno & Harianto, 2017), gaya hidup juga merupakan tingkah laku dan juga akan berkonsekuensi pada pola tindakan tertentu. Di sisi lain gaya hidup didefinisikan aktivitas, ketertarikan, dan cara berpendapat seseorang. Kesimpulannya gaya hidup adalah cara dan tingkah laku seseorang yang memberikan gambaran pada kegiatan, minat dan opini dalam pola kehidupan sehari-harinya baik itu saat berinteraksi maupun saat berinteraksi di lingkungan (Armelia & Irianto, 2021). Mahasiswa pada jenjang akhir masa remaja biasanya sering terpengaruh terhadap lingkungan dalam berpendapat dan mengambil tindakan, dikalangan masyarakat gaya hidup telah mengalami perubahan terutama di kalangan mahasiswa. Gaya hidup mahasiswa cenderung kurang baik dan hal ini sudah menjadi pola dalam kehidupan keseharian mahasiswa itu sendiri. Beberapa fenomena yang terjadi di atas merupakan eksekusi dari gaya hidup yang akan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa itu sendiri, yang di saat sudah melewati ambang wajar maka sudah terindikasi telah melakukan perilaku konsumtif (Armelia & Irianto, 2021).

H<sub>2</sub>=Terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

#### **Pengaruh *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

Online shop merupakan salah satu bentuk pemasaran interaktif yang telah menjadi tren berbelanja pada kalangan mahasiswa. Banyak mahasiswa yang beranggapan bahwa berbelanja di online shop relatif mudah tidak perlu pergi keluar rumah, hanya bermodalkan smartphone dan aplikasi saja maka barang yang dibutuhkan bisa lebih mudah untuk didapatkan diantaranya (Arohman & Vianda, 2020). Mahasiswa yang berperilaku konsumtif, biasanya mahasiswa yang mengikuti model atau tren di dalam ataupun di luar kampus. Sering pergi ke tempat-tempat yang dapat meningkatkan citra pergaulannya dan sering melakukan kegiatan belanja atau disebut shopping oleh mahasiswa pada umumnya. Produk-produk yang menarik untuk dikonsumsi oleh mahasiswa adalah produk-produk yang dapat mendukung penampilan, dan produk-produk yang dapat memenuhi kepuasan. Mahasiswa yang konsumtif sering membeli produk baru, padahal produk yang lama masih belum rusak atau masih dapat digunakan. Kebiasaan berperilaku konsumtif tersebut menjadikan mahasiswa sulit untuk bersikap rasional, yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada, menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, tetapi justru pada gaya hidup yang mereka jalani sekarang. (Arohman & Vianda, 2020).

H<sub>3</sub>=Terdapat pengaruh signifikan antara *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

#### **Pengaruh antara uang saku, gaya hidup dan *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa**

Mahasiswa ketika diberikan uang saku oleh orang tuanya uang tersebut diatur oleh dirinya sendiri, apabila mahasiswa tidak mampu mengelola uang sakunya, maka tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan mahasiswa tersebut akan menjadi konsumtif. Uang saku merupakan salah satu faktor yang sangat berhubungan erat dengan kegiatan konsumsi (Alfarid *et al.*, 2023). Mahasiswa pada jenjang akhir masa remaja biasanya sering terpengaruh terhadap lingkungan dalam berpendapat dan mengambil tindakan, dikalangan masyarakat gaya hidup telah mengalami perubahan terutama di kalangan mahasiswa. Gaya hidup mahasiswa cenderung kurang baik dan hal ini sudah menjadi pola dalam kehidupan keseharian mahasiswa itu sendiri. Beberapa fenomena yang terjadi di atas merupakan eksekusi dari gaya hidup yang akan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa itu sendiri, yang di saat sudah melewati ambang wajar maka sudah terindikasi telah melakukan perilaku konsumtif (Armelia & Irianto, 2021). Dengan adanya online shop semua orang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari tanpa harus keluar rumah. Inilah yang memicu masyarakat khususnya mahasiswa senang melakukan belanja online dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya media online shop yang menawarkan barang dan jasa yang menarik dengan harga dan kualitas yang bervariasi (Afilla *et al.*, 2020). Banyak mahasiswa yang beranggapan bahwa berbelanja di online shop relatif mudah tidak perlu pergi keluar rumah, hanya bermodalkan smartphone dan aplikasi saja maka barang yang dibutuhkan bisa lebih mudah untuk didapatkan (Arohman & Vianda, 2020).

H<sub>4</sub>= Terdapat pengaruh signifikan antara uang saku , gaya hidup dan *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif. Adapun data yang digunakan adalah data primer, data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya melalui observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran kuesioner.

## HASIL

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

**Tabel 4 Validitas data**

Variabel	Butir Pearson Correlation I	Corrected Item-Total Correlation	Status
Uang Saku (X1)	X1.1	0,535	VALID
	X1.2	0,593	VALID
	X1.3	0,535	VALID
	X1.4	0,630	VALID
	X1.5	0,645	VALID
	X1.6	0,574	VALID
	X1.7	0,563	VALID
	X1.8	0,518	VALID
	X1.9	0,509	VALID
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,582	VALID

	X2.1	0,707	VALID
	X2.3	0,773	VALID
	X2.4	0,764	VALID
	X2.5	0,761	VALID
	X2.6	0,804	VALID
	X2.7	0,730	VALID
	X3.8	0,749	VALID
	X2.9	0,550	VALID
<i>Online shop (X3)</i>	X3.1	0,717	VALID
	X3.2	0,836	VALID
	X3.3	0,795	VALID
	X3.4	0,840	VALID
	X3.5	0,783	VALID
	X3.6	0,836	VALID
	X3.7	0,741	VALID
	X3.8	0,726	VALID
	X3.9	0,762	VALID
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,503	VALID
	Y.2	0,506	VALID
	Y.3	0,662	VALID
	Y.4	0,753	VALID
	Y.5	0,746	VALID
	Y.6	0,753	VALID
	Y.7	0,727	VALID
	Y.8	0,728	VALID
	Y.9	0,716	VALID

Sumber: Hasil analisis olahan data dengan program SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian validitas data, maka dapat diketahui bahwa dari 36 item pernyataan yang diuji, semuanya terbukti valid dikarenakan nilai r-hitung > r-tabel (0,113).

### Uji Reliabilitas

**Tabel 5 Reliabilitas Data**

Dimensi	Koefisien Alpha	Status
Uang Saku (X1)	0,706	Reliabel diterima
Gaya Hidup (X2)	0,879	Reliabel diterima
<i>Online Shop (X3)</i>	0,920	Reliabel diterima
Perilaku Konsumtif (Y)	0,855	Reliabel diterima

Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

Pada tabel hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan mayoritas variabel dalam penelitian yaitu variabel uang saku, gaya hidup, *online shop* semuanya berada pada status reliabel diterima.

### Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

**Tabel 6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Unstandardized Residual	
	N	302
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.19073777

Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.030
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

Data di atas diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig.2-tailed*) sebesar 0,200. Dikarenakan  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data untuk tiap variabel (uang saku, gaya hidup, *online shop* dan perilaku konsumtif) telah berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

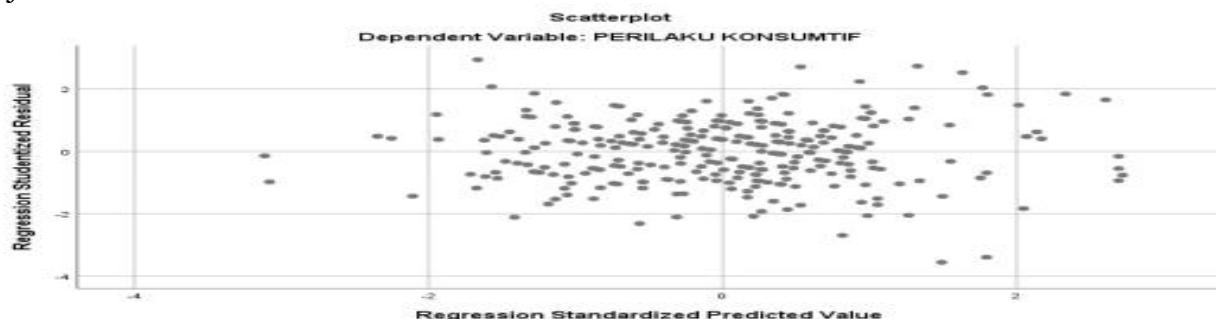
**Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF	
(Constant)	7.510	2.279		3.296	.001			
1 uang saku	.123	.063	.099	1.954	.052	.877	1.140	
gaya hidup	.371	.044	.441	8.376	.000	.813	1.230	
<i>online shop</i>	.148	.045	.173	3.298	.001	.820	1.220	

Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

Tabel *Output Coefficient* di atas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* ketiga variabel lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

**Gambar 1 Grafik Scatterplots**

Pada grafik *scatterplot* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola jelas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

## Hasil Analisis Data

### Analisis Deskriptif

**Tabel 8 Analisis Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	m	Mean	Std. Deviation
Uang saku	302	9.00	45.00	35.6523	5.08156
Gaya hidup	302	9.00	45.00	24.6623	7.53366
<i>Online shop</i>	302	9.00	45.00	33.6623	7.40332
Perilaku konsumtif	302	10.00	45.00	26.0364	6.33521
Valid n (listwise)	302				

Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 Hasil pengujian statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel yang menunjukkan bahwa jumlah responden (n) adalah 302 dan dari semua instrumen penelitian mempunyai nilai mean lebih besar dari pada *standar deviation*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang akan digunakan adalah layak dan valid.

#### Hasil Analisis Inferensial

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau masing-masing antara variabel independen (X) yaitu variabel uang saku ( $X_1$ ), variabel gaya hidup ( $X_2$ ), dan variabel *online shop* ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

**Tabel 9 Analisis Regresi Linear Sederhana**

Constant ( $\alpha$ )	R	T <sub>hit</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig
Uang saku	.280 <sup>a</sup>	5.045	1,968	0,000
Gaya Hidup	.537 <sup>a</sup>	11.028	1,968	0,000
Online Shop	.371 <sup>a</sup>	6.922	1,968	0,000

Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

1. Uang saku ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $5,045 > 1,968$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi (r) antara variabel Uang saku ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) memiliki hubungan yang lemah yaitu 0,280
2. Gaya Hidup ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $11,028 > 1,968$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi (r) antara variabel Gaya hidup ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki hubungan yang cukup kuat yaitu 0,537.
3. *Online shop* ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $6,922 > 1,968$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi (r) antara variabel Uang saku ( $X_1$ ) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) memiliki hubungan yang lemah yaitu 0,371.

#### Hasil Uji Regresi secara Berganda

**Tabel 9 Analisis Regresi Linear Berganda**

Constant	B	R	R <sup>2</sup>	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig
	.123					
7.510	.371	.573 <sup>a</sup>	.329	48,632	2.635	0,000
	.148					

Sumber: Hasil olahan data menggunakan program SPSS 25, 2024

Uang saku ( $X_1$ ), Gaya hidup ( $X_2$ ), *Online shop* ( $X_3$ ) Secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $48,632 > 2.635$ ) dengan Tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi ( $r$ ) antara variabel Uang saku ( $X_1$ ), Gaya hidup ( $X_2$ ) dan *Online shop* ( $X_3$ ) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki hubungan yang cukup kuat yaitu 0.573.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh Uang saku, Gaya hidup dan Online shop terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Uang saku ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $5,045 > 1,968$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
2. Gaya Hidup ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $11,028 > 1,968$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Online shop ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $6,922 > 1,968$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
4. Uang saku ( $X_1$ ), Gaya hidup ( $X_2$ ), *Online shop* ( $X_3$ ) Secara Simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $48,632 > 1.968$ ) dengan Tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Afilla, Junaidi, & Asriyani. (2020). Pengaruh Online Shop Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Milenial. *Jurnal Afilla*, 1, 1–19.
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>
- Aksa, A. F., & Manane, D. R. (2021). Anggaran Pendapatan Universitas Dalam Perspektif Pengelolaan Dan Pemanfaatannya. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(2), 49–61. <https://doi.org/10.32938/jie.v3i2.1574>
- Aini, P. N., & Rahayuningsih, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibri.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Alfarid, E., Rahman, M. A., & Abdullah, W. (2023). *Hedonis Remaja Terhadap Proses Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai*. 4(3), 19–31.
- Alzikri, M. R., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup, Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Second Pada Toko Pakaian Bekas Cowboy Collection Di Air Tawar Padang Di Era Pandemic Covid-19. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 58–72.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Arikunto, (2002). (n.d.).

- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Arohman, A., & Vianda, N. C. (2020). ANALISIS PENGARUH ONLINE SHOP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FEB UMPRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(2), 134–145. <https://doi.org/10.52657/jiem.v11i2.1279>
- Athallah, M. F., & Asbara, N. W. (2023). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat nelayan kelurahan barombong kecamatan tamalate kota makassar. *Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 118–131. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver/article/view/3869>
- Dany1, A. S. R., & Ari Susanti2. (2023). PENGARUH PENDAPATAN, LITERASI KEUANGAN DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI SURAKARTA. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2 no 4, 453–464.
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bina Buana Semesta. *JEBI) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16(1), 21. [www.jurnal.stiebi.ac.id](http://www.jurnal.stiebi.ac.id)
- Dheku, M. E., & Goa, L. (2023). Pengaruh Online Shop pada E-Commerce Lazada Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pastoral di Asrama Paulus. *In Theos : Jurnal Pendidikan Dan Theologi*, 3(12), 322–329. <https://doi.org/10.56393/intheos.v3i12.1938>
- Elisabeth L. Binabu; Dominikus K. Duli ; Desmon Redikson Manane. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP, COUNTRY OF ORIGIN DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA. *Inspirasi Ekonomi : Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(3), 207–215. <https://doi.org/http://doi.org/10.32938/ie.v5i3.5471>
- Fariastuti, I. (2018). Online Shop Sebagai Cara Belajar Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2018 Fikom Updm (B). *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 246–256. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/705%0Ahttp://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/705/392>
- Farida, L., & Kurniawan, R. Y. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Yang Dimediasi Oleh Kontrol Diri. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i2.6870>
- Fauzziyah, N., & Widayati, S. (2020). Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 24. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1224>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan ...*, 9(2), 183–192. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/download/1329/1138>
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- Hidayat, R. N. (2023). Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa. *Journal of Business Education and Social*, 4(1), 57–64.
- Irmawati Manalu, D. S. (2023). PENGARUH PERGAULAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN TAHUN 2023 Pendidikan Ekonomi , Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendikan , Universitas HKBP Nommensen Email : Irmawati

- Manalu ( ir. *Jurnal Literasi Pendidikan Dasar*, 4(2), 100–108.
- Isnawati. (2019). *Online Shop (Studi Kasus Budaya Komsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)*. 1–103.
- Julita, E., Idwal, ), Yustati, H., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Fatmawati, N., & Bengkulu, S. (2022). Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953–2957. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Mahendra, R. A., & Hanifa, N. (2023). Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *INDEPENDENT: Journal Of Economics*, 3(1), 117–126.
- Manalu, D., & Johanna Roshinta. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.416>
- Noni Rozaini. (2020). Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i2.59>
- Rismayanti, & Oktapiani. (n.d.). *Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa*. 2019, 31–37.
- Risnawati, Mintarti, W., & Ardoyo. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- Rozaini, N., & Harahap, S. N. (2019). Pengaruh Mata Kuliah Ekonomi Syariah Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif. *Niagawan*, 8(3), 223. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15581>
- Rozaini, N. R. (2021). Pengaruh Online Shop Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 Universitasnegeri Medan. *Niagawan*, 10(1), 102. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.23664>
- Sabrudin, D., & Suhendra, E. S. (2019). Dampak Akuntabilitas, Transparansi, dan Profesionalisme Paedagogik Terhadap Kinerja Guru di SMKN 21 Jakarta. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, Vol.4(No.1), h.45.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sudarta, H. A., Siregar, I., & Purnami, S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Konsep Konferensi Nasional Social Dan Engineering Polmed*, 3(1), 53–63.
- Sulaiman, S., Nurfitrah Lubis, L., & Aditya, R. (2021). Analisis Pengaruh Penerimaan Peserta Didik Baru Melalui Sistem Zonasi Terhadap Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 2(1), 52. <https://doi.org/10.26418/jppkn.v2i1.44825>
- Supardi, (2005). (n.d.).
- Umar, D. H. (1999). *metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*.