

Pengaruh Pentingnya Literasi Keuangan dan Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI

Muchammad Riyadh Hayatul Fuadi^{a*}, Siswo Subagyo^b

^a Mahasiswa/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

^b Dosen/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Receied : 05-06-2025

Reised : 25-06-2025

Accepted : 05-07-2025

Keywords: *Consumptive Behavior, Economics Students, Financial Literacy, Shopee Application*

Kata Kunci: *Aplikasi Shopee, Literasi Keuangan, Mahasiswa Ekonomi, Perilaku Konsumtif*

Corresponding Author:
audifuadi924@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

In the era of digitalization, the role of financial literacy helps individuals to understand and manage the complexity of the modern economy. This study aims to analyze the influence of the importance of financial literacy and the use of the Shopee application on the consumptive behavior of students in the eighth semester of the Economics Education Study Program, Bhinneka University PGRI Tulungagung. The method used is quantitative with a descriptive approach. The data obtained from the questionnaire or questionnaire was distributed to 89 students. The results of the analysis showed that there was no significant influence between Financial Literacy (X1) and Consumptive Behavior (Y), with a calculated t value of (1.228) which is smaller than the t table and a significance value (0.223). The Shopee application has a significant effect on Consumptive Behavior, with a calculated t value of (2.585) which is greater than the t table and a significance value of (0.011). Simultaneously, these two variables made a significant contribution to Consumptive Behavior, with a calculated F value of (6.734) which was greater than the F of the table (3.103) and a significance value of (0.002). Therefore, it can be concluded that financial literacy does not have a significant effect on Consumptive Behavior, while the use of the Shopee application has a significant influence. Simultaneously, the two variables simultaneously have a significant effect on student consumptive behavior. These findings indicate that despite high financial literacy, the use of online shopping applications remains the dominant factor driving consumptive behavior.

ABSTRAK

Di era digitalisasi, peran literasi keuangan membantu individu untuk

memahami dan mengelola kompleksitas ekonomi modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pentingnya literasi keuangan dan penggunaan aplikasi shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh dari kuisioner atau angket yang disebarakan kepada 89 mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). dengan nilai t hitung sebesar (1,228) yang lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi (0,223). Aplikasi Shopee berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai t hitung sebesar (2,585) yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar (0,011). Secara simultan, kedua variabel ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai F hitung sebesar (6,734) yang lebih besar dari F tabel (3,103) dan nilai signifikansi sebesar (0,002). Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan penggunaan aplikasi Shopee memiliki pengaruh signifikan. Secara simultan kedua variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi keuangan tinggi, penggunaan aplikasi belanja daring tetap menjadi faktor dominan mendorong perilaku konsumtif.

PENDAHULUAN

Pendidikan ekonomi yang baik dapat membantu mahasiswa menjadi individu yang produktif, inovatif, dan bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya, baik secara pribadi, profesional, maupun sosial. Perilaku mahasiswa dapat digambarkan melalui pola berpikir dan pola hidupnya. Keberadaan pola berpikir, dapat diterjemahkan dalam pandangan atau persepsi mahasiswa dalam menanggapi situasi dan kondisi yang memerlukan pemecahan masalah (Dr. Sjeddie R. Watung, 2022)

Dalam hal perilaku konsumtif mahasiswa, pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan membeli atau menggunakan barang dan jasa yang didorong oleh keinginan atau emosi, bukan berdasarkan kebutuhan yang logis atau mendesak seperti yang di dalam kutipan (Fitriani, 2021) dalam hal ini maka diperlukan literasi yang cukup pada kalangan mahasiswa

Kemampuan literasi keuangan mencerminkan kapasitas seseorang untuk memahami, mengelola, dan membuat keputusan keuangan secara cerdas guna mencapai

kesejahteraan ekonomi. Menurut OJK dalam kutipan (Anjarwati et al., 2023) Literasi keuangan mencakup pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan yang berperan dalam membentuk sikap serta perilaku individu dalam mengelola keuangan. Kemampuan ini memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku pengguna aplikasi e-commerce seperti Shopee, yang kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

Pengertian E-commerce seperti yang dikutip oleh (Prastika, 2024) *E-commerce*, singkatan dari "*electronic commerce*," adalah istilah yang merujuk kepada aktivitas jual beli produk atau layanan melalui internet. Dalam kutipan (Mitra Hindepeya, 2023) dijelaskan bahwa Salah satu aplikasi e-commerce yang sangat populer adalah Shopee. Shopee adalah platform belanja online yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual berbagai produk, seperti pakaian, elektronik, makanan, dan barang kebutuhan rumah tangga..

Sebagai bagian dari generasi muda yang lebih adaptif terhadap teknologi, mahasiswa seringkali menjadi pengguna aktif aplikasi belanja daring. Di sisi lain, pola konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan akses ke aplikasi belanja daring dan tingkat literasi keuangan yang dimiliki. Literasi keuangan mencakup kemampuan seseorang untuk memahami konsep-konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, perencanaan anggaran, dan pengambilan keputusan finansial yang bijak. Kurangnya literasi keuangan dapat membuat mahasiswa cenderung mengadopsi perilaku konsumtif tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan mereka.

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang sudah mempelajari ilmu ekonomi dan berada pada tahap pembelajaran yang lebih tinggi, diharapkan dapat menunjukkan perubahan perilaku yang lebih baik dan matang. Dalam hal konsumsi, mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi akan bertindak sesuai dengan pengetahuan yang diperolehnya selama perkuliahan, yang mencerminkan pemahaman literasi ekonomi yang baik.

Berdasarkan fenomena atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pentingnya literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa semester VIII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. Meskipun telah banyak penelitian yang membahas literasi keuangan dan perilaku konsumtif, masih terdapat kekurangan dalam penguasaan literasi keuangan dan memahami bagaimana aplikasi e-commerce, khususnya Shopee, mempengaruhi perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa.

Perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan membeli atau menggunakan barang

dan jasa yang didorong oleh keinginan atau emosi, bukan berdasarkan kebutuhan yang logis atau mendesak seperti yang di yang ada dalam kutipan (Fitriani, 2021). Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mencakup aspek psikologis, seperti keinginan untuk merasa bahagia atau mengurangi stres, pengaruh sosial dari lingkungan, kemampuan ekonomi individu, nilai-nilai budaya yang mendukung gaya hidup konsumtif, serta kemajuan teknologi yang mempermudah proses belanja daring (Wulandari, 2022).

Menurut OJK dalam kutipan (Anjarwati et al., 2023) Literasi keuangan mencakup pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan yang berperan dalam membentuk sikap serta perilaku individu dalam mengelola keuangan. Menurut (Kaly, hudson dan Vush 2008) dalam penelitian (Latifiana, 2017) mengartikan bahwa literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat kedalam perilaku. Penulis menyimpulkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai sarana untuk memberikan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan serta membuka peluang dalam mencapai kesejahteraan hidup di masa depan.

Pengertian E-commerce seperti yang dikutip oleh (Prastika, 2024) E-commerce, singkatan dari "electronic commerce," adalah istilah yang merujuk kepada aktivitas jual beli produk atau layanan melalui internet. Dalam kutipan (Mitra Hindepeya, 2023) dijelaskan bahwa Salah satu aplikasi e-commerce yang sangat populer adalah Shopee. Shopee adalah platform belanja online yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual berbagai produk, seperti pakaian, elektronik, makanan, dan barang kebutuhan rumah tangga.

Dalam penelitian peneliti merumuskan hipotesis untuk menyampaikan petunjuk serta panduan dalam melaksanakan penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut:

Ha1 : Terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Prilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Ha2 : Terdapat pengaruh antara Aplikasi Shopee terhadap Prilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Ha3 : Terdapat pengaruh antara literasi keuangan dan Aplikasi Shopee terhadap Prilaku konsumtif mahasiswa Prodi Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

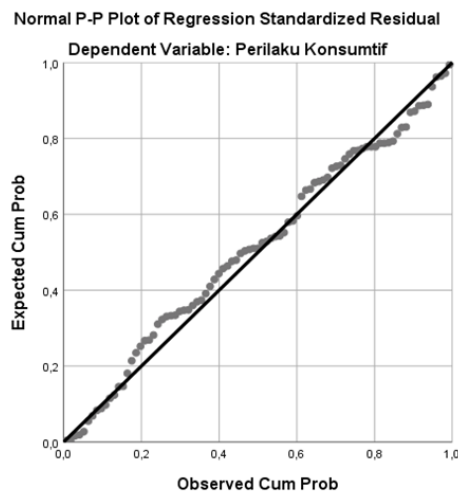
METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan paradigma kuantitatif jenis penelitian non-eksperimen. Di dalam penelitian ini lebih menekankan pendekatan deskriptif yang berfungsi untuk menggambarkan atau memberikan penjelasan terhadap objek yang diteliti melalui data yang ada, tanpa melakukan proses analisis yang mendalam atau menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi. Menurut Tarjo dalam kutipan (Pramuditya Saputra, 2021) sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang diambil dengan prosedur tertentu untuk mencerminkan populasi tersebut. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini kurang dari 100 responden, maka seluruh populasi dijadikan sebagai sampel. Berdasarkan teori di atas maka penulis menggunakan populasi mahasiswa program studi ekonomi yang terdiri dari 89.

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang dirancang untuk mengukur variabel perilaku konsumtif, Literasi keuangan, dan Aplikasi shopee. Analisis data dilakukan melalui regresi linier berganda dengan memanfaatkan software SPSS Statistics versi 25 untuk penguolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Untuk mengetahuinya dapat dilihat dengan menggunakan *Normal P-Plot* atau *Plot-Probabilitas normal*. Model regresi yang baik adalah jika variabel yang diteliti berdistribusi normal

atau mendekati normal yaitu seberapa data terletak garis lurus. Data distribusi normal juga dapat dilihat dengan pengamatan melalui Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.40891382
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.050
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Berdasarkan hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* Asymp. Sig. (2-tailed) diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Linieritas

Tabel 2. Uji Linieritas Perilaku Konsumtif dan Literasi Keuangan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 *	Between	(Combined)	576.749	19	30.355	1.494	.115
X1.1	Groups	Linearity	134.994	1	134.994	6.645	.012

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Deviation from Linearity	441.755	18	24.542	1.208	.280
Within Groups	1401.723	69	20.315		
Total	1978.472	88			

Dilihat dari nilai signifikan di atas antara variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi ($0,280 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel yang diteliti.

Tabel 3. Uji Linieritas Perilaku Konsumtif dan Aplikasi Shopee**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y1 * X2.1 Between Groups (Combined)	540.560	19	28.451	1.365	.174
Linearity	237.911	1	237.911	11.416	.001
Deviation from Linearity	302.649	18	16.814	.807	.686
Within Groups	1437.912	69	20.839		
Total	1978.472	88			

Diketahui nilai signifikansi pada bagian *deviation from* antara variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi ($0,686 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel yang diteliti. Artinya, syarat linieritas dalam analisis ini sudah terpenuhi.

Hasil Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi multikolinieritas data adalah dengan memeriksa nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel independen. Dengan ketentuan:

- Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 maka tidak ada multikolinieritas.
- Sebaliknya, jika nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 , maka terdapat multikolinieritas.

Berikut hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini:

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	28.476	5.547		5.133	.000		
X1.1	.130	.106	.137	1.228	.223	.812	1.231
X2.1	.268	.104	.288	2.585	.011	.812	1.231

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas bisa dilihat bahwa kedua variabel memiliki nilai tolerance sebesar 0,812 dengan nilai VIF 1,231 dimana nilai tolerance $0,812 > 0,10$ dan nilai VIF $1,231 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel tersebut.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

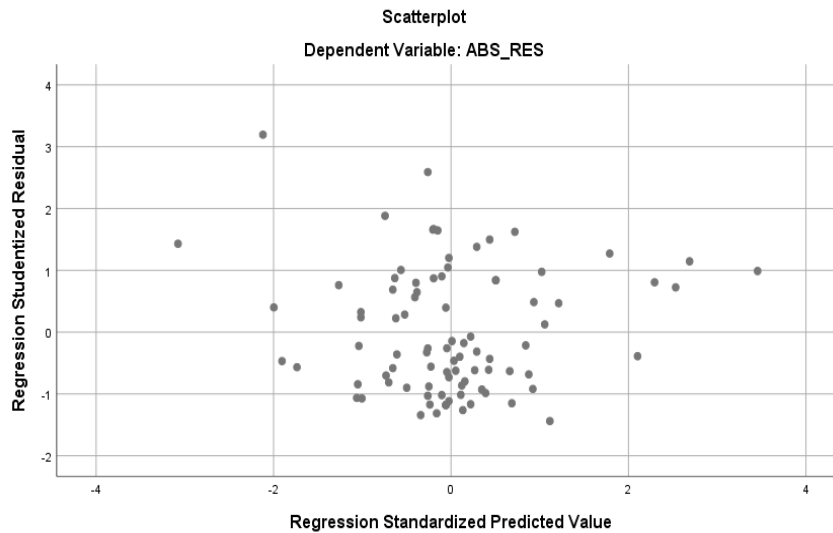
Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	3.666	3.262		1.124	.264
X1.1	.047	.062	.091	.760	.449
X2.1	-.050	.061	-.098	-.824	.412

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel diatas dapat dilihat bahwa

variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikan sebesar 0,449 dimana nilai tersebut $0,449 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Dan variabel aplikasi shoppe memiliki nilai signifikan sebesar 0,412 dimana nilai tersebut $0,412 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dilihat dari gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Maka, dapat dijelaskan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	28.476	5.547		5.133	.000		
X1.1	.130	.106	.137	1.228	.223	.812	1.231
X2.1	.268	.104	.288	2.585	.011	.812	1.231

a. Dependent Variable: Y1

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel coefficientst, diperoleh persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 28.476 + 0,130 X_1 + 0,268 X_2$$

- Nilai konstanta 28.476 menyatakan bahwa jika variabel literasi keuangan (X_1) dan Aplikasi Shoope (X_2) masing – masing sebesar 0, maka nilai variabel perilaku konsumtif (Y) 28.476.
- β_1 merupakan koefisien regresi dari literasi keuangan (X_1) sebesar 0,130 menyatakan bahwa setiap penambahan literasi keuangan (X_1) dengan asumsi sebesar variabel Aplikasi Shoope (X_2) dianggap konstan maka hal ini berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) naik sebesar 0,130.
- β_2 merupakan koefisiensi regresi dari aplikasi shoope (X_2) konstan regresi sebesar 0,268 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel Aplikasi Shoope (X_2) dianggap konsisten. Maka hal ini akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,268.

Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 7. Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	28.476	5.547		5.133	.000		
X1.1	.130	.106	.137	1.228	.223	.812	1.231
X2.1	.268	.104	.288	2.585	.011	.812	1.231

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan hasil Uji T pada tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- Nilai signifikan variabel X_1 sebesar $0,223 > 0,05$ dan thitung (1.228) < ttabel (1.988) dimana pedoman Uji t jika nilai sig. Uji t < $0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, maka berkesimpulan tidak terdapat pengaruh antara variabel literasi keuangan (X_1) terhadap Variabel perilaku konsumtif (Y).
- Nilai signifikan variabel X_2 sebesar $0,011 < 0,05$ dan thitung (2.585) < ttabel (1.988) maka berkesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel aplikasi shoope (X_2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 8. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.882	2	133.941	6.734	.002 ^b
	Residual	1710.590	86	19.891		
	Total	1978.472	88			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2.1, X1.1

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai signifikansi 0,002 < 0,05 dan nilai Fhitung (6.734) > Ftabel (3,103). Dimana pedoman pada Uji F ini jika nilai signifikansi < 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel (X₁ dan X₂) terhadap variabel (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.115	4.460

a. Predictors: (Constant), X2.1, X1.1

b. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan hasil dilihat dari tabel diatas diketahui koefisien kolerasi pada kolom R sebesar 0,368 dan nilai determinasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,115 atau 11,5%. Hal ini meunjukkan bahwa 11,5% perubahan pada variabel perilaku konsumtif (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel literasi keuangan (X₁) dan Aplikasi Shoppe (X₂). Sedangkan, sisanya sebesar 88,5% (100% - 11,5% = 88,5%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel literasi keuangan (X₁) dan Aplikasi Shoppe (X₂) yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Y).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel literasi keuangan (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2024/2025. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 1,228 yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,988, serta nilai signifikansi 0,223 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, yang berarti bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks penelitian ini.

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa telah mendapatkan pengetahuan tentang literasi keuangan, pemahaman tersebut belum tentu diimplementasikan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam hal pengelolaan konsumsi.

Pengaruh Aplikasi Shopee terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel penggunaan aplikasi Shopee (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 2,585 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,988, serta nilai signifikansi 0,011 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, terdapat hubungan yang nyata dan signifikan antara intensitas penggunaan aplikasi Shopee dan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan perilaku konsumtif.

Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Shopee memiliki kontribusi langsung terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Sejalan dengan konsep perilaku konsumtif, yang didefinisikan sebagai kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan dan sering kali tanpa pertimbangan rasional.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Aplikasi Shopee terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan, diketahui bahwa variabel literasi keuangan (X_1) dan penggunaan aplikasi Shopee (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 6,734 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,103, serta nilai signifikansi 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Artinya, kedua variabel bebas tersebut secara simultan berkontribusi secara signifikan terhadap perubahan atau variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja daring seperti Shopee tidak dapat dipisahkan ketika membahas faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini memperkuat pemahaman

bahwa meskipun seseorang memiliki pengetahuan finansial yang baik, pengaruh lingkungan digital yang sangat kuat seperti platform e-commerce tetap dapat memicu perilaku konsumtif, terutama pada kalangan mahasiswa yang masih berada dalam tahap perkembangan kontrol diri dan kedewasaan dalam mengambil keputusan keuangan. Artinya, efek literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dapat menjadi tidak maksimal jika tidak dibarengi dengan kesadaran kritis terhadap pengaruh eksternal, seperti iklan, diskon, atau tren gaya hidup konsumtif di media sosial dan e-commerce.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Di era digital yang semakin berkembang, perilaku konsumtif mahasiswa menjadi perhatian penting, terutama dalam konteks kemudahan berbelanja secara online. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja daring, khususnya Shopee, memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2024/2025.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda melalui software SPSS Statistics versi 25. Fokus utama terletak pada dua variabel independen, yakni literasi keuangan (X_1) dan penggunaan aplikasi Shopee (X_2), serta satu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y).

Literasi Keuangan Belum Mampu Menekan Konsumerisme

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung (1,228) lebih kecil dari ttabel (1,988) dan nilai signifikansi 0,223 yang lebih besar dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan mahasiswa tentang keuangan tidak secara otomatis mengubah kebiasaan konsumtif mereka. Mahasiswa cenderung menjadikan literasi keuangan sebagai pengetahuan pasif, tanpa penerapan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Faktor-faktor seperti pengaruh keluarga, teman sebaya, pengalaman pribadi, dan kepribadian turut menjadi penentu dominan perilaku konsumtif.

Aplikasi Shopee sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif

Berbeda halnya dengan literasi keuangan, penggunaan aplikasi Shopee justru menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan nilai thitung (2,585) yang lebih besar dari ttabel (1,988) dan nilai signifikansi 0,011 ($< 0,05$), dapat disimpulkan bahwa semakin intens mahasiswa menggunakan Shopee, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Fitur-fitur seperti diskon besar, gratis ongkir, dan kemudahan transaksi menjadi daya tarik utama yang mendorong mahasiswa melakukan pembelian impulsif.

Kombinasi Kedua Variabel Mempengaruhi Secara Bersama-sama

Secara simultan, literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai Fhitung (6,734) lebih besar dari Ftabel (3,10) dan signifikansi 0,002 menunjukkan adanya pengaruh yang nyata. Namun, hasil ini juga menegaskan bahwa meskipun literasi keuangan hadir sebagai pengetahuan, pengaruh dominan tetap berasal dari daya tarik aplikasi belanja daring.

Persamaan Regresi dan Implikasinya

Dari hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 28,476 + 0,130X_1 + 0,268X_2$$

Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,130 dan 0,268 satuan secara berturut-turut. Koefisien tertinggi dimiliki oleh variabel Shopee, mengindikasikan dominasi pengaruh belanja daring dalam membentuk perilaku konsumtif.

Saran

Setelah melakukan penelitian di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2024/2025 dan memperoleh hasil yang signifikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut: 1) **Bagi Mahasiswa;** Diharapkan mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang literasi keuangan, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Mahasiswa juga perlu membentuk pola pikir yang kritis dan bijak dalam menggunakan aplikasi belanja daring agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan, 2) **Bagi Peneliti Selanjutnya;** Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai efektivitas metode pengajaran literasi keuangan yang interaktif dan aplikatif, serta mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, sehingga dapat memberikan wawasan baru dalam pengembangan judul skripsi yang lebih kontekstual dan relevan dengan dinamika perilaku mahasiswa saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarwati, L., Hasyim, S. H., & Konsumtif, P. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Gowa*. 3(4), 47–54.
- Dr. Sjeddie R. Watung, M. L. (2022). LITERASI EKONOMI DAN MODERNITAS TERHADAP PRILAKU KOMSUMTIF MAHASISWA. In *Bintang semesta media* (Vol. 44, Issue 8). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- FITRIANI, D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku

- Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Milenial Di Kabupaten *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Latifiana, D. (2017). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis 2017*, 1–7. <https://www.neliti.com/id/publications/173134/studi-literasi-keuangan-pengelola-usaha-kecil-menengah-ukm>
- MITRA HINDEPEYA, U. M. (2023). *SKRIPSI OLEH: NETRIANNI SIPAHUTAR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Oleh: NETRIANNI SI.*
- Pramuditya Saputra, A. (2021). Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (Lpp Rri) Malang. *Library STIE MCE*, 23–30. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1487>
- Prastika, R. (2024). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN SISTEM PENJUALAN ONLINE DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada UMKM Kota Bandar Lampung Tahun 2022).*
- Wulandari, D. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178–186. <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/14167>