

Pengaruh Lifestyle, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Di Surakarta

Tri Anita¹⁾, Nur Endah Fajar Hidayah²⁾

^{1,2)}Program Studi Akuntansi, Universitas Slamet Riyadi Surakarta,

e-mail: trianita0807@gmail.com

Abstract

The phenomenon underlying this research is the development of digital technology and the high marketing stimulus from the marketplace that triggers the consumer behavior of accounting students in Surakarta. The study's goal was to examine how Surakarta accounting students' purchasing habits were impacted by their lifestyle, financial literacy, self-control, and e-money. 1264 accounting students in Surakarta made up the population; 187 individuals were selected for this study using accidental sampling as the sampling method. Validity and reliability tests were performed on a questionnaire employed in the data gathering method. Multiple linear regression analysis was employed as the data analysis method. The study's findings demonstrated that while financial literacy and self-control had no discernible impact on student consumer behavior, lifestyle and e-money had a favorable and significant impact on accounting students' purchasing habits in Surakarta.

Keywords: *lifestyle, financial literacy, self-control, e-money, consumer behavior*

Abstrak

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini, perkembangan teknologi digital dan tingginya stimulus pemasaran dari marketplace yang memicu perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta. Tujuan studi, guna menganalisis pengaruh lifestyle, literasi keuangan, kontrol diri serta e-money pada perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta. Populasi adalah 1264 mahasiswa akuntansi di Surakarta, penelitian ini menggunakan sampel 187 mahasiswa, teknik dalam mengambil sampel menggunakan accidental sampling. Teknik dalam mengumpulkan data menggunakan kuesioner melalui uji validitas serta reliabilitas. Teknik analisis data menerapkan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan, lifestyle dan e-money memberi pengaruh positif dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta sedangkan literasi keuangan serta kontrol diri tidak berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata kunci: *lifestyle, literasi keuangan, kontrol diri, e-money, perilaku konsumtif*

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia semakin diberikan akses yang mudah, cepat serta benefit tidak sekedar terpenuhi ekspektasi sehari-hari, lebih jauh juga rutinitas seperti aktivitas shopping. Gejala tersebut berkat kecanggihan teknologi yang telah menyebar secara global, sehingga tidak dipungkiri lagi kemelehan digital menjadi tuntutan masyarakat saat ini karena begitu besar manfaatnya dalam memenuhi berbagai aspek atau bidang. Pandemi yang telah berlalu menjadi pemicu tingginya perilaku *e-commerce* karena masyarakat harus menjaga kesehatannya dirumah (Danurahman et al., 2023). Di Indonesia *e-commerce* menurut MSI penggunaannya yaitu 2022 (178,94 jt) dan 2023 (196,47 jt) (<https://dataindonesia.id/ekonomi-digital>). Semakin maraknya perdagangan electronic, pengguna seperti mahasiswa memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif melalui media sosial yang mereka akses, seperti gemar berbelanja online.

Perilaku konsumtif mahasiswa dalam Riset Wulandari & Indrawati (2023) karena didorong internal dan eksternal faktor seperti adanya rangsangan dari social media. Fenomena mengenai perilaku konsumtif mahasiswa dari beberapa literatur yang dikaji mengindikasikan adanya dampak negatif seperti munculnya kecemburuan sosial, kurangnya peluang dalam menabung, serta tidak memikirkan keperluan di masa dengan.

Faktor yang menentukan perilaku konsumtif belanja *online* yaitu yang pertama adalah *lifestyle* (gaya hidup). Berdasarkan penuturan Kotler dan Keller (2017: 230) *lifestyle* (gaya hidup) yaitu pola hidup individu di dunia yang dikeluarkan pada aktivitas, minat, serta pendapatnya. Pernyataan tersebut didukung temuan studi terdahulu yang dilaksanakan oleh Gina Rahmawati serta Elly Mirati (2022); Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, Peny Cahaya Azwari (2023); Aulia Zahra, Umi Khairani, dan Dini Lestari (2023).

Mengga, Batara, dan Rimpung (2023); Handayani, Azis, dan Hasan (2023); Gunawan dan Carissa (2021) yang mengemukakan *lifestyle* memberikan implikasi signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Namun temuan tersebut berbeda terhadap studi yang dilaksanakan oleh Pratiwi dan Susanti (2022) serta Ashari dan Kade (2023) yang menjelaskan jika *lifestyle* tidak memberi pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Faktor kedua adalah literasi keuangan. Literasi keuangan yaitu pemahaman yang ada pada individu tentang keuangan, mencakup pemahaman individu tentang tabungan, asuransi, serta perangkat keuangan yang lain. Literasi keuangan bisa didefinisikan menjadi pemahaman keuangan yang memiliki tujuan meraih kesejahteraan. Pernyataan tersebut didukung temuan studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh Rahmawati dan Mirati (2022); Danurahman et al., (2023); Gunawan dan Carissa (2021); Tjane et al., (2024) yang menjelaskan jika literasi keuangan berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Tetapi temuan tersebut berbeda dengan studi yang dilaksanakan oleh Winarta, Djajadikerta dan Wirawan (2019); Pratiwi dan Susanti (2022); Taqwa dan Mukhlis (2022); Widayat dan Nengzih (2023); dan Mengga, Batara, dan Rimpung, (2023); Syahla dan Sudrajat (2023) yang menjelaskan jika literasi keuangan tidak memberi pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Faktor ketiga adalah kontrol diri. Kontrol diri menurut Averill (1973) adalah kapasitas seseorang dalam melakukan modifikasi perilaku, kapasitas seseorang untuk melakukan pengelolaan informasi yang tidak diharapkan melalui metode penginterpretasian dan mengontrol keputusan dalam melakukan pemilihan sebuah akti menurut hal yang diinginkannya. Masyarakat dengan kontrol diri yang rendah akan cenderung berperilaku konsumtif. Pernyataan tersebut didukung temuan studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh Arum dan Khoirunnisa (2021); Sialagan *et al* (2021); Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa (2021); Sudiro dan Asandimitra (2022); Nurfatimah, Suherti, dan Kurniawan (2023); Mengga, Batara, Rimpung, (2023); Layaman, Khairunnisa dan Rohayati (2022); Handayani, Azis dan Hasan (2023) yang menyatakan bahwa kontrol diri berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Tetapi temuan tersebut berbeda terhadap studi yang dilaksanakan oleh Ashari dan Kade (2023); Pratiwi dan Susanti (2022) serta Rahmawati dan Putri (2023) yang menjelaskan jika kontrol diri tidak berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Faktor keempat adalah *e-money*. Berdasarkan PBI Nomor 11/12/PBI/2009 mengenai uang elektronik (*Electronic Money*), *e-money* yaitu nilai uang yang dilakukan penyimpanan dengan elektronik pada sebuah media misalnya *server* atau *chip* dipergunakan menjadi alat untuk membayar terhadap penjual yang tidak sebagai pihak yang menerbitkan uang. Uang elektronik yang keberadaannya dapat memberikan manfaat dan kemudahan untuk individu untuk menjangkau transaksi keuangan, sehingga dapat mendukung perilaku konsumtif. Pernyataan itu didorong oleh hasil studi terdahulu yang dilaksanakan oleh Sudiro dan Asandimitra (2022); Dewi, Herawati serta Adiputra (2021); Candy *et al.*, (2022); Layaman, Khairunnisa dan Rohayati (2022); Wardhani dan Wikartika (2023); Handayani, Azis dan Hasan (2023) yang menjelaskan jika *e-money* berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Tetapi temuan tersebut berbeda terhadap studi yang dilaksanakan oleh Ashari dan Kade (2023) dan Mengga, Batara, Rimpung (2023) yang menjelaskan jika *e-money* tidak berdampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Sejalan dengan fenomena dan inkonsistensi temuan terkait perilaku konsumtif mahasiswa, memotivasi peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh *lifestyle*, literasi keuangan, kontrol diri, dan *e-money* pada perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi. Hal ini didasarkan beberapa alasan, bahwa mahasiswa dan internet dalam penggunaannya tidak dapat terpisahkan, sehingga

menyebabkan mereka memanfaatkan berbagai fasilitas yang disediakan internet untuk berbelanja suatu barang yang sebenarnya mungkin tidak diperlukan pada saat itu. Faktor lain, mahasiswa merupakan masyarakat intelektual yang seharusnya mampu mengelola kemampuan pemikiran secara rasional untuk mengambil suatu keputusan yang efektif terutama dalam hal pengeluaran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan meneliti mahasiswa akuntansi dari seluruh Perguruan Tinggi di kota Surakarta, diharapkan akan diperoleh hasil temuan yang lebih lengkap dan dapat memperkaya literatur penelitian tentang faktor determinan perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi.

TINJAUAN PUSTAKA

Behaviorisme theory (teori perilaku) merupakan teori yang diperkenalkan oleh Edward Thorndike pada tahun 1987 (Semion, 2020:35). Teori perilaku menekankan jika belajar adalah tahapan peralihan tingkah laku. Perilaku pada belajar memiliki sifat dapat memiliki wujud serta terlihat (*overt behavior*) atau perilaku yang tidak terlihat. Untuk mengerti mengenai teori perilaku bisa ditentukan dari sejumlah pendekatan, yakni pendekatan psikodinamika, *behavioristic*, serta *humanistic*.

Menurut Sukari et al (2013:14) tindakan konsumtif yaitu sikap seseorang yang diindikasikan guna melakukan pengonsumsi dengan berlebihan serta tidak direncanakan pada produk yang kurang atau tidak dibutuhkan. Perilaku ini cenderung ditentukan karena adanya hasrat yang hanya untuk memberikan kepuasan pada rasa senang serta cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan keperluan, maka dengan tidak diperhitungkan individu sangat mudah melaksanakan pengeluaran pada berbagai keinginan yang tidak berdasarkan pada keperluan pokok.

Menurut Kotler dan Keller (2017: 230) *lifestyle* yaitu gaya hidup individu yang dikeluarkan dengan aktivitas, keinginan, serta pandangannya. Bisa dikatakan dalam hal yang luas pola hidup individu bisa ditentukan dari kegiatan sehari-hari yang dilaksanakan, perspektif pada semua hal di sekelilingnya serta sejauh mana individu memiliki kepedulian terhadap hal tersebut serta apa yang dipikirkan mengenai pribadinya serta dunia luar.

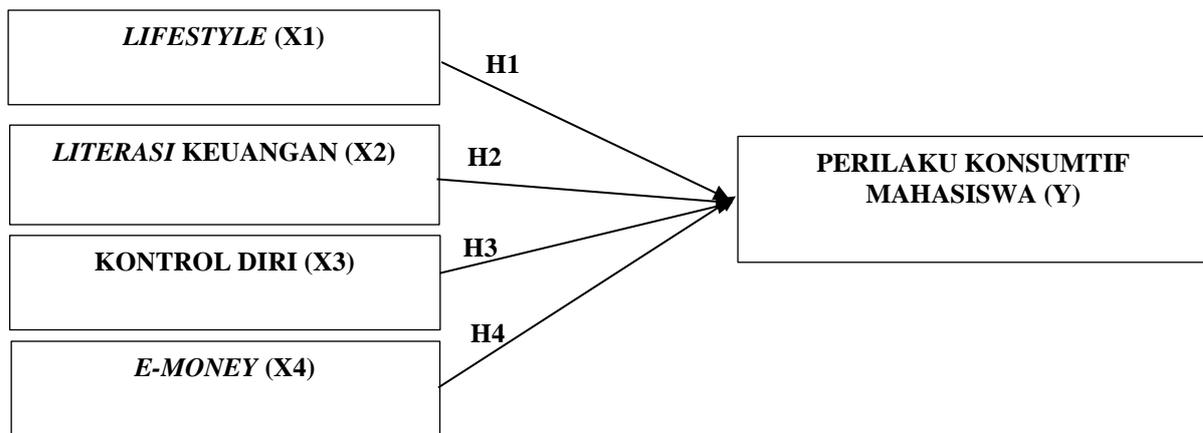
Literasi keuangan adalah pemahaman, kemampuan, serta keyakinan yang menentukan sikap serta tindakan guna menambah peningkatan mutu ketika pengambilan kebijakan dan juga mengelola segi finansial guna meraih kehidupan yang sejahtera (ojk.go.id). Diperoleh kesimpulan bahwasanya literasi keuangan ialah rangkaian wawasan finansial yang memiliki kegunaan dalam peningkatan kemampuan individu pada pengelolaan keuangan yang pada akhirnya untuk menghindari permasalahan finansial.

Menurut Mowen erta Minor (2015:24) kontrol diri yaitu keterampilan supaya dengan otomatis mengontrol kebiasaan, dorongan hati, perasaan, serta apa yang diinginkan oleh individu dalam mengontrol perilakunya. Aspek-aspek yang mempengaruhi kontrol diri yaitu (1) Kontrol Perilaku, terutama cara individu mampu mengendalikan serta memberikan respon pada sejumlah hal yang bisa memberi pengaruh negatif. (2) Tahapan yang mana individu bisa memberikan reaksi, melakukan pemisahan, serta memasukkan sebuah kejadian pada keangka kognitif guna menurunkan tekanan disebut dengan kontrol kognitif, (3) Pengendalian Kepuasan, atau tahapan yang mana individu mampu menentukan hasil serta aksi yang paling baik menurut yang diharapkan serta disetujui. Di samping sejumlah aspek yang dimaksud sebelumnya dari sisi psikologis kontrol diri pun ditentukan oleh sejumlah faktor yakni (1) Faktor Internal, contohnya usia serta keterampilan individu. Pada umumnya apabila usia bertambah serta keterampilan individu kemudian mendorongnya lebih mudah untuk melakukan pengendalian diri serta tingkah lakunya. (2) Faktor Eksternal, contohnya lingkungan pada keluarga, yang pada umumnya ditentukan dari cara orang tua untuk memberikan perspektif pada cara mengendalikan diri.

Kebijakan tentang e-money sudah dibuat serta dilakukan pengesahan oleh Bank Indonesia bersama Peraturan No.11/12/PBI/2009 di tanggal 13 April 2009 mengenai uang elektronik atau *e-money* (peraturan.bpk.go.id). Dompot digital (*e-wallet*) yaitu layanan elektronik yang melakukan

penyimpanan data instrumen transaksi berwujud kartu atau uang elektronik yang dipergunakan dalam melakukan penampungan dana pembayaran. *E-wallet* memerlukan gadget guna menyambungkan pihak yang menggunakan kepada *server* ketika melakukan transaksi, sementara *e-money* berbasis chip yang diletakkan pada kartu maka tidak membutuhkan bantuan koneksi internet ke server ketika melakukan transaksi. Pada kebijakan nomor 18/40/PBI/2016 menyatakan jika dompet digital yaitu layanan elektronik guna melakukan penyimpanan data instrumen pembayaran pada alatnya melalui penggunaan kartu uang elektronik, yang bisa melakukan penampungan dana, guna melaksanakan pembayaran (peraturan.bpk.go.id). *E-wallet* yang mengalami perkembangan di Indonesia, contohnya Gopay, OVO, DANA, LinkAja, Shopeepay, Sakuku, Jenius, dan iSaku.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

1. Variabel bebas

Variabel independen (independent variabel) atau variabel bebas, adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Lifestyle (X1), Literasi Keuangan (X2), Kontrol diri (X3) dan E-money (X4).

3. Variabel terikat

Variabel dependen (dependent variabel) atau variabel terikat, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y).

METODE

Studi yang dilaksanakan mempergunakan metode deskriptif, sementara analisis data mempergunakan pendekatan kuantitatif bertujuan menguji hipotesis yang ditetapkan. Populasi, 1264 mahasiswa akuntansi Surakarta (PPDIKTI, 2024). Pengambilan sampel menggunakan teknik accidental. Dalam pelaksanaannya, kuesioner yang terkumpul dan diisi lengkap oleh responden didapat 187 kuesioner yang layak digunakan sebagai data studi, maka banyaknya sampel yang dipergunakan pada studi yang dilaksanakan yaitu 187 responden.

Data dikumpulkan dengan kuesioner, pengukuran skala Likert 5 poin: “Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1)”. Guna melaksanakan pengujian data dilaksanakan uji validitas serta reliabilitas instrumen mempergunakan rumus Korelasi Pearson dan Cronbach Alpha. Metode analisis regresi linier berganda digunakan melalui uji asumsi klasik.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Lifestyle</i>	a. <i>Activity</i> b. <i>Interest</i> c. <i>Opinions</i>	Wahyuni <i>et al.</i> , (2019)
Literasi keuangan	a. Pengetahuan umum keuangan pribadi b. Simpanan c. Asuransi d. Investasi	Danurahman <i>et al.</i> , (2023)
Kontrol diri	a. Kontrol perilaku b. Kontrol kognitif c. Mengontrol keputusan	Wahyuni <i>et al.</i> , (2019)
<i>E-money</i>	a. Mudah dipelajari b. Mudah digunakan c. Menambah keterampilan para pengguna akan teknologi	Dewi Herawati dan Adiputra (2021)
Perilaku konsumtif	a. Pembelian impulsif b. Pembelian tidak rasional c. Pemborosan	Najwa (2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografi

Tabel 3. Analisis Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	83	44
	Perempuan	104	56
	Total	187	100
Tingkat Usia	17 – 22 Tahun	149	80
	23 – 28 Tahun	38	20
	Total	187	100
Marketplace yang sering dikunjungi	Shopee	75	40
	Tokopedia	32	17
	Lazada	18	10
	Bukalapak	12	7
	TiktokShop	42	22
	Lainnya	8	4
	Total	187	100
E-Money	OVO	26	14
	Shopeepay	48	25
	Gopay	27	15
	Dana	15	8
	LinkAja	17	9
	Jenius	10	5
	Lainnya	44	24
	Total	187	100

Sumber : Hasil olah data,2024

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil uji validitas dengan uji Korelasi *Pearson* mengindikasikan jika seluruh item pada variabel *lifestyle*, literasi keuangan, kontrol diri, e-money dan perilaku konsumtif seluruhnya valid, dinyatakan mempergunakan *p value* < 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Item	<i>p value</i>					α	Keterangan
	Lifestyle	Literasi Keuangan	Kontrol Diri	E-money	Perilaku Konsumtif		
1	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
3	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
4	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
5	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
6	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
7		0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
8		0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid
9		0,000	0,000	0,000	0,000	0,05	Valid

Sumber : Hasil olah data,2024

Berdasarkan uji reliabilitas instrumen diperoleh hasil bahwa instrumen untuk variabel *lifestyle*, literasi keuangan, kontrol diri, e-money dan perilaku konsumtif dikatakan reliabel sebab setiap variabel memperoleh *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Lifestyle	0,902	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan	0,969	0,60	Reliabel
Kontrol Diri	0,937	0,60	Reliabel
E-money	0,950	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,965	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil olah data,2024

Hasil Uji Asumsi Klasik

Temuan uji asumsi klasik mengindikasikan jika model regresi linier berganda tidak terjadi persoalan multikolinieritas, tidak ditemukan permasalahan heteroskedastisitas dan residual normal.

Tabel 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Multikolinieritas	<i>Tolerance</i> (0,808; 0,937; 0,930; 0,813) > 0,1 <i>VIF</i> (1,237; 1,067; 1,075; 1,231) < 10	Tidak terjadi multikolinieritas
Heteroskedastisitas	(0,441; 0,253; 0,704; 0,262) > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Autokorelasi	<i>p value</i> (0,327) > 0,05	
Normalitas	<i>p value</i> (0,365) > 0,05	Residual normal

Sumber : Hasil olah data,2024

Pengujian Hipotesis

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi	Nilai t hitung	Sig.
(Constant)	15,882		
Lifestyle	0,454	3,496	0,001
Literasi Keuangan	0,002	0,021	0,983
Kontrol Diri	-0,014	-0,140	0,889
E-money	0,275	3,238	0,002
F hitung		9,982	0,000
Adjusted R ²		0,222	

Sumber : Hasil olah data,2024

Pengaruh gaya hidup pada perilaku konsumtif menunjukkan hasil t hitung sebesar 6,465 dengan nilai p (0,000) yang lebih kecil dari 0,05, sehingga Ho ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif (H1), yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif, diterima.

Pengaruh literasi keuangan pada perilaku konsumtif menghasilkan t hitung sebesar 0,021 dengan nilai p (0,983) yang lebih besar dari 0,05, yang berarti Ho diterima. Dengan demikian, hipotesis H2 yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif ditolak.

Pengaruh kontrol diri pada perilaku konsumtif menunjukkan t hitung sebesar -0,140 dengan nilai p (0,889) yang lebih besar dari 0,05, sehingga Ho diterima. Oleh karena itu, hipotesis H3 yang menyatakan kontrol diri memberikan pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif ditolak.

Pengaruh penggunaan e-money pada perilaku konsumtif menunjukkan t hitung sebesar 3,328 dengan nilai p (0,002) yang lebih kecil dari 0,05, yang berarti Ho ditolak. Dengan demikian, hipotesis H1 yang menyatakan bahwa penggunaan e-money memiliki pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif diterima.

Uji F

Berdasar pada hasil analisis regresi linier berganda, didapatkan hasil F hitung sejumlah 9,982 dengan *p value* (0,000) < 0,05 berarti model layak (fit) dalam memprediksi pengaruh lifestyle, literasi keuangan, kontrol diri dan e-money terhadap perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi *Adjusted R²* sejumlah 0,222 berarti sumbangan pengaruh lifestyle, literasi keuangan, kontrol diri dan e-money terhadap perilaku konsumtif adalah 22,2% sisanya 77,8% diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya misalnya diskon, pendapatan, kebudayaan, dan faktor keluarga.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis 1, bahwa lifestyle memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta. Implikasi dari temuan ini, semakin tinggi lifestyle maka perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta akan semakin tinggi. Perilaku konsumtif yang tinggi didorong oleh stimulus pemasaran pada online shop yang membuat keinginan mereka untuk membeli barang diluar rasional akan semakin tinggi. Sumartono

(2018: 119) berpandangan, perilaku demikian yang dilakukan mahasiswa dikatakan bahwa mereka melakukan pembelian pada suatu produk tidak dilandaskan oleh kebutuhan atau motif mereka membelinya hanya berdasar pada keinginan dan bukan berdasarkan kebutuhan. Perilaku konsumtif mahasiswa juga terjadi karena perkembangan *smartphone*, sosial media dan *e-commerce* turut mendukung kebiasaan gaya hidup, hal ini mengakibatkan mahasiswa cenderung lebih boros dalam pembelian produk atau layanan guna memenuhi keinginan hidupnya. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmawati dan Mirati (2022); Putri *et al* (2023); Mengga *et al* (2023); Handayani *et al.*, (2023) mengemukakan bahwa *lifestyle* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Susanti (2022) serta Ashari dan Kade (2023) yang menyatakan bahwa *lifestyle* tidak memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini, literasi keuangan memberi pengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta sehingga tidak mendukung hipotesis 2. Tidak terbuktinya hipotesis ini disebabkan tinggi rendahnya literasi keuangan tidak selalu mendorong mahasiswa untuk bersikap konsumtif. Literasi keuangan menurut Rahmawati dan Mirati (2022) ialah wawasan yang dipunyai oleh individu terkait pemahamannya terkait keuangan, mencakup atas wawasan terkait simpanan, penjaminan, serta atribut finansial yang lain. Mahasiswa dengan tingkatan rendah literasi keuangan cenderung kurang memperhatikan pentingnya pengelolaan keuangan bertujuan untuk kebutuhan yang bermanfaat bagi masa depan seperti menabung, membeli produk asuransi untuk menjamin hidupnya dari risiko tertentu, sehingga mereka akan semakin bisa mengendalikan perilaku konsumtif yang didasarkan pada keinginan semata. Temuan ini membenarkan hasil studi terdahulu oleh Winarta, Djajadikerta dan Wirawan (2019); Pratiwi dan Susanti (2022); Taqwa dan Mukhlis (2022); Widayat dan Nengzih (2023); dan Mengga, Batara, dan Rimpung, (2023); Syahla dan Sudrajat (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun hasil penelitian ini tidak dapat mengkonfirmasi penelitian oleh Rahmawati dan Mirati (2022); Danurahman *et al.*, (2023); Gunawan dan Carissa (2021); Tjane *et al.*, (2024) yang mengemukakan bahwasanya literasi keuangan memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini, kontrol diri memberi pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta, sehingga tidak mendukung hipotesis 3. Kondisi ini dapat terjadi karena tinggi rendahnya kontrol diri tidak sepenuhnya mempengaruhi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Menurut Mowen dan Minor (2015:24) kontrol diri ialah keterampilan untuk dengan spontan mampu memberikan pengendalian pada kebiasaan, kemauan, keinginan, serta intuisi individu dalam mengontrol sikap individu. Kontrol diri bisa terpengaruh karena berbagai aspek misalnya umur dan tingkat kemapaman, lingkungan keluarga. Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi kontrol diri bertanda negatif, artinya semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif mahasiswa semakin rendah. Meskipun tidak diperoleh hasil signifikan, namun temuan ini memiliki implikasi, bahwa semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta akan semakin rendah. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi temuan sebelumnya yang dilakukan oleh Ashari dan Kade (2023); Pratiwi dan Susanti (2022) serta Rahmawati dan Putri (2023) yang mengemukakan bahwasanya kontrol diri tidak berdampak signifikan pada kebiasaan berperilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini tidak dapat mengkonfirmasi penelitian yang dilakukan oleh Arum dan Khoirunnisa (2021); Sialagan *et al* (2021); Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa (2021); Sudiro dan Asandimitra (2022); Nurfatimah, Suherti, dan Kurniawan (2023); Mengga, Batara, Rimpung, (2023); Layaman, Khairunnisa dan Rohayati (2022); Handayani, Azis dan Hasan (2023) yang mengemukakan bahwasanya kontrol diri berdampak krusial pada kebiasaan berperilaku konsumtif mahasiswa.

Temuan ini mendukung hipotesis 4, bahwa e-money memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta, semakin tinggi e-money maka

perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta akan semakin tinggi. Kondisi dapat terjadi, bahwa stimulus pemasaran pada online shop seperti hadiah, diskon, dan pemberian cash back dapat memicu penggunaan e-money untuk membiayai transaksi pembelian, sehingga semakin besar saldo e-money akan mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Implikasinya, semakin tinggi e-money artinya saldo yang dimiliki mahasiswa sebagai alat pembayaran online akan semakin besar, hal ini akan mempengaruhi keinginan-keinginan untuk membeli barang yang sebenarnya bukan menjadi kebutuhan mereka akibatnya perilaku konsumtif mahasiswa cenderung semakin tinggi. Menurut PBI Nomor 11/12/PBI/2009 *e-money* yaitu nilai uang yang tersimpan dalam bentuk digital pada media tertentu misalnya *server* atau *chip*, berfungsi untuk sarana pembayaran yang bisa dipergunakan pada pembelian dengan pihak penjual dimana bukanlah pihak yang menerbitkannya. Uang elektronik yang keberadaannya dapat memberikan manfaat dan mempermudah khalayak untuk menjangkau pembayaran yang efisien, sehingga dapat menstimulasi perilaku konsumtif.

Temuan ini selaras pada studi yang dilaksanakan oleh Sudiro dan Asandimitra (2022); Dewi, Herawati dan Adiputra (2021); Candy *et al.*, (2022); Layaman, Khairunnisa dan Rohayati (2022); Wardhani dan Wikartika (2023); Handayani, Azis dan Hasan (2023) yang mengemukakan bahwasanya *e-money* memberi pengaruh yang signifikan pada kebiasaan berperilaku. Temuan ini tidak selaras pada studi yang dilaksanakan oleh Ashari dan Kade (2023) dan Mengga, Batara, Rimpung (2023) yang mengemukakan bahwasanya *e-money* tidak memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa lifestyle dan e-money memberi pengaruh positif dan signifikan pada kebiasaan sikap konsumtif mahasiswa akuntansi di Surakarta sedangkan literasi keuangan dan kontrol diri tidak memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Responden dalam pengisian kuesioner ini melalui google form sehingga unsur subjektivitas tidak terhindarkan, hal ini adalah sebuah kelemahan kuesioner karena responden dalam mengisi kuesioner kemungkinan tidak sesuai dengan isi hatinya. Kesimpulan dari penelitian ini hanya didasarkan pada hasil kuesioner tertutup dan tidak didukung dengan kuesioner terbuka atau wawancara mendalam dengan seluruh responden sehingga hasil penelitian ini kemungkinan belum mencerminkan kondisi sebenarnya.

Pengetahuan, sikap dan kemampuan mengelola keuangan dengan bijak merupakan hal penting khususnya bagi mahasiswa akuntansi yang akan membeli barang atau jasa di online shop. Mahasiswa diharapkan mampu mengendalikan pengeluarannya dengan bijak serta mendasarkan pembelian bukan pada keinginan semata. Bagi penelitian yang akan datang, model ini dapat dikembangkan dengan meneliti anteseden lain yang dapat berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi, serta dapat menambahkan peran variabel mediasi atau variabel moderasi.

SARAN

Berdasar pada hasil serta simpulan yang didapatkan, terdapat beberapa rekomendasi berikut ini:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Lifestyle, nilai rata-rata tertinggi pada indikator Activity dan nilai rata-rata paling rendah pada indikator Opinions. Untuk menghindari perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan untuk lebih bisa mengendalikan aktivitasnya pada saat menyempatkan untuk berbelanja di marketplace atau hanya cukup mengamati produk di marketplace dan bersikap bijak dalam memenuhi tuntutan gaya hidup.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Literasi Keuangan, nilai rata-rata tertinggi pada indikator Investasi dan nilai rata-rata paling rendah pada indikator Simpanan. Untuk menghindari perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan dapat

mengimplementasikan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan sehari-hari misalnya menyisihkan pemasukan untuk berinvestasi atau menyimpan uang untuk ditabung yang bisa digunakan apabila ada kepentingan mendesak.

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel Kontrol Diri, nilai rata-rata tertinggi pada indikator Kontrol Perilaku dan nilai rata-rata paling rendah pada indikator Kontrol Kognitif. Untuk menghindari perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan untuk terus mengendalikan kebiasaan membeli supaya tidak terus menerus berperilaku konsumtif. Metode yang bisa dilaksanakan ialah memiliki perencanaan yang baik sebelum membeli barang dan memikirkan akibat dari pembelian yang tidak sesuai dengan kebutuhan.
4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden variabel E-Money, nilai rata-rata tertinggi pada indikator Mudah Digunakan dan nilai rata-rata paling rendah pada indikator Menambah Keterampilan para Pengguna akan Teknologi. Untuk menghindari perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan untuk lebih bijak menggunakan E-money sesuai tujuan dan manfaatnya sehingga dapat mengendalikan pemborosan dalam berbelanja online.
5. Untuk memperoleh hasil temuan yang lebih lebih lengkap dan akurat, penelitian berikutnya direkomendasikan agar memasukkan variabel independen lainnya yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan sangat dianjurkan untuk mengeksplorasi model dengan menambahkan variabel mediasi atau pemoderasi.

Daftar Pustaka

- Arum, D. &. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 8, sNo. 9.
- Ashari, N., & KAde, I, A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, gaya Hidup, Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Surakarta. *Journal Transformation of Mandalika*, Vol. 4, No. 5, hlmn 160-169.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal komunikasi*, Vol. 12, No. 2, hlmn 311-324.
- Azkie, Z. N. (n.d.). *Analisis Pengaruh penggunaan dompet digital , literasi keuangan, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif konsumtif (Kasus: Generasi Milenial dan Generasi Z di Pulau Jawa*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Danurahman, A. R., Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2023). Peran literasi keuangan dalam memediasi pengaruh Lingkungan Teman Sebaya dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *KIA-Konferensi Ilmiah Akuntansi X 2023*, 1-24.
- Dikria, O., & Sri Umi Mintarti. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiwa Akuntansi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas. *Jurnal Pendiidkan Ekonomi*, Vol. 9, No. 2, hlmn 128-139.
- Fattah, F. A., Indriayu, M, & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap perilaku konsumtif Siwa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 4, No1, hlmn 11-21.
- Febriilia, Pratiwi, & Djatikusumo, I. (2020). Minat Penggunaan Cardless Payment System-Dompot Digital Pada mahasiwa di FE UNJ. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 11, No. 1, hlmn 1-19.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021). The Effect Of Financial Literature and Lifestyle On Student Consumption Behavior (Student Case Study Department of Management Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara). *International Journal*

Of Economics And Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration-IJEBAS, Vol 1 No 1, hlmn 79-86.

- Handayani, A. A., Azis, M., & Hasan, M. (2023). The Influence of Financial Literacy, Electronic Money, Lifestyle and Self Control on student consumptive Behavior. *Procwwsing of the international conference on science and Advanced technology*, 2133-2142.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 th edition (15th ed)*. Prentice Hall.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot IDigital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*, 64-69.
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, gaya Hidup dan Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Akuntansi (JURA)*, Vol. 1 No. 1, hlmn 36-50.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muamaliyah, W., & Saifuddin, A. (2022). Consumptive Behavior in Female University Students: Qana'ah and hedonic Lifestyle as Predictors. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, Vol 6 No 1, hlmn 70-82.
- Nurfatihah, M. S., & Kurniawan. (2023). Pengaruh Self Concept dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online di E-Ecommerce. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan manajemen Bisnis Digital*, Vol 1, No 4, hlmn 546-557.
- Pratiwi, R. P., & Susanti. (2022). Menguji Literasi keuangan, gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap perilaku Konsumtif Millennial Pengguna Go-Jek Sukoharjo. *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol. 11, No. 1, hlmn 61-69.
- Putri, A. V., Kirana, n. J., & Azwari, P. (2023). Pengaruh efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif mahasiwa UIN Raden fatah palembang. *Adi Islamic Economic*, Vol. 4 No. 1, hlmn 313-319.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan gaya Hidup Terhadap perilaku Konsumtif Pengguna Shopee paylater Pada Generasi Millennial. *Prosiding SNAM PNJ-2022*, 1-20.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, uang Elektronik, Demografi, gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif generasi Milenial. *Jurnal Ilmu manajemen*, Vol. 10, No. 1, hlmn 160-172.
- Sumartono. (2018). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas Pesan Iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno, Saptono, A., Wibowo, A., & Putri, D. N. (2022). Effect of Financial Literacy and Learning Achievement on Student Consumptive Behaviour. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, Vol. 14, No. 2., hlmn 929-4938.
- Winarta, A. H., Djajadikerta, & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, Vol. a, No. 2, hlmn 76-91.