

Pengaruh Literasi Keuangan, Self-Control, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Reydatos Rafiawan Akbar^{1*}, Triana Yuniati², Panata Bangar Hasioan Sianipar³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: [triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto: triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id)

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Literasi Keuangan, Self-Control, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif <i>Received : 20, July</i> <i>Revised : 30, July</i> <i>Accepted: 16, July</i> ©2023The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. 	This study aims to examine the effect of financial literacy, self-control, and lifestyle on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. The study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires from 95 students selected based on the Slovin formula. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results indicate that financial literacy and self-control have a significant negative effect on consumptive behavior, while lifestyle has a significant positive effect. These findings suggest that improving financial literacy and self-control, while promoting a balanced lifestyle, can help reduce consumptive behavior among university students.

YOUR PAPER MUST BE BETWEEN 10 TO 20 PAGES MAXIMUM, INCLUDING REFERENCES. PLEASE BEAR IN MIND; AN EXCELLENT ARTICLE IS STRAIGHT TO THE POINT. SO THAT 30% OF YOUR PAPER HAS TO COVER THE INTRODUCTION TO THE METHODOLOGY, AND THE REST, 70% OF IT, IS TO ELABORATE YOUR FINDINGS IN THE RESULTS AND DISCUSSION SECTION, AS WELL AS REFERENCES.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital, media sosial, dan platform e-commerce telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya pada kalangan mahasiswa. Kemudahan akses berbelanja secara daring, berbagai promosi, serta penggunaan dompet digital mendorong meningkatnya perilaku konsumtif yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki kecenderungan mengikuti tren dan gaya hidup yang berkembang sehingga berpotensi melakukan pengeluaran yang kurang terencana. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya pemahaman mengenai

faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, terutama literasi keuangan, self-control, dan gaya hidup.

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Pola konsumtif mahasiswa tersebut meningkat signifikan seiring kemudahan akses produk dan layanan melalui platform digital (Ramadhan et al., 2025). Fenomena ini terlihat dari meningkatnya frekuensi belanja online, penggunaan layanan paylater, serta konsumsi yang lebih berorientasi pada gaya hidup dibanding kebutuhan dasar. Kemudahan transaksi digital ini didukung oleh tingginya kepercayaan mahasiswa terhadap sistem pembayaran elektronik. Kepercayaan (trust) merupakan faktor kunci yang mendorong individu untuk menggunakan layanan mobile banking secara berkelanjutan (Yuniati et al., 2022). Dalam konteks perilaku konsumtif, integrasi layanan perbankan yang semakin dipercaya ini memberikan aksesibilitas tanpa batas bagi mahasiswa untuk melakukan transaksi kapan saja, yang jika tidak disertai kontrol diri, akan memicu pembelian impulsif.

Berdasarkan survei Jakpat yang dirilis melalui Databoks Katadata (2025), sebanyak 53% masyarakat Indonesia mengonsumsi kopi susu instan sebagai pilihan utama, diikuti oleh kopi hitam instan sebesar 43%, serta konsumsi kopi dari kafe atau restoran sebesar 28%. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi produk gaya hidup seperti kopi tidak lagi sekadar kebutuhan, melainkan telah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari yang dipengaruhi oleh kemudahan akses dan preferensi terhadap kepraktisan. Kondisi tersebut mencerminkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif, di mana individu cenderung mengonsumsi produk secara rutin bahkan di luar kebutuhan utama. Hal ini juga didukung oleh berkembangnya tren konsumsi minuman kekinian dan aktivitas pembelian yang semakin mudah dilakukan melalui platform digital. Dengan demikian, perubahan pola konsumsi ini menunjukkan bahwa gaya hidup modern berperan penting dalam mendorong perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda.

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan inkonsistensi. Literasi keuangan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam beberapa studi (Cahyani et al., 2025; Khairulanam & Surjanti, 2024). Sebaliknya, sejumlah temuan lain melaporkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Ramadhan et al., 2025; Wati et al., 2024; Wulandari et al., 2025). Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji kembali.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pengujian integratif antara variabel kontrol diri dan gaya hidup dalam memoderasi literasi keuangan di tengah fenomena digitalisasi ekonomi saat ini. Meskipun penelitian mengenai perilaku konsumtif sudah banyak dilakukan, studi ini memberikan nilai tambah dengan mengaitkan perilaku tersebut pada mahasiswa FEB yang secara akademis telah terpapar materi manajemen keuangan. Selain itu, penelitian ini menangkap dinamika tren konsumsi modern yang dipengaruhi oleh eksistensi media sosial, sebuah variabel yang sering kali luput dalam kajian literasi keuangan tradisional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu

memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai mengapa pengetahuan ekonomi tidak selalu linear dengan praktik keuangan individu di era digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menguji pengaruh literasi keuangan, self-control, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku keuangan mahasiswa serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi perguruan tinggi dalam meningkatkan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, self-control, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

THEORETICAL REVIEW

Theory of Planned Behavior (TPB)

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior dikemukakan oleh Icek Ajzen dalam artikelnya berjudul The Theory of Planned Behavior yang diterbitkan dalam jurnal *Organizational Behavior and Human Decision Processes* pada tahun 1991. Perilaku individu tidak muncul secara spontan, melainkan didahului oleh niat (behavioral intention) (Ajzen, 1991). Niat tersebut merupakan indikator kesiapan individu untuk melakukan suatu tindakan dan dipengaruhi oleh tiga konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap rasional terhadap pengelolaan keuangan, gaya hidup berkaitan dengan norma subjektif yang dipengaruhi lingkungan sosial, sedangkan Self Control berkaitan dengan perceived behavioral control yang menentukan kemampuan individu mengendalikan perilaku konsumsi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan dasar seperti inflasi, bunga majemuk, serta diversifikasi risiko sehingga mampu membuat keputusan keuangan yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2014). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan merupakan rangkaian kegiatan untuk meningkatkan wawasan (knowledge), keterampilan (skill), dan kepercayaan diri (confidence) konsumen agar mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Hal ini bukan sekadar tentang mengetahui jenis produk perbankan, melainkan bagaimana pengetahuan tersebut diaplikasikan dalam pengambilan keputusan ekonomi sehari-hari.

Literasi keuangan dapat diukur melalui empat indikator utama: (1) Pengetahuan dasar manajemen keuangan, yang mencakup pemahaman tentang inflasi dan nilai waktu uang; (2) Pengelolaan tabungan dan investasi; (3) Pengelolaan asuransi atau manajemen risiko; serta (4) Pengetahuan mengenai kredit dan pinjaman (Chen & Volpe, 1998). Pengetahuan mengenai kredit dan

pinjaman juga berkaitan erat dengan kesadaran akan risiko keamanan digital. Persepsi terhadap risiko kecurangan menjadi pertimbangan penting dalam aktivitas keuangan digital (Adani et al., 2026). Hal ini mengimplikasikan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang komprehensif seharusnya tidak hanya memahami mekanisme pinjaman, tetapi juga waspada terhadap potensi fraud yang sering menyertai tawaran-tawaran konsumtif di platform digital.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Haryana, 2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif karena individu mampu mengelola keuangan secara bijaksana, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional. Akan tetapi, terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Wati et al., 2024) menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Self-Control

Menurut buku (Jasmine, 2022) Kontrol diri didefinisikan sebagai kapasitas individu dalam mengorganisasi, mengelola, serta menentukan arah perilakunya guna mencapai hasil atau implikasi yang menguntungkan. Hal ini mengimplikasikan bahwa keberhasilan seseorang dalam menghadapi tuntutan eksternal sangat bergantung pada sejauh mana ia mampu mengelola dorongan internalnya agar tetap selaras dengan nilai-nilai rasional dan tujuan finansial yang telah ditetapkan.

Kontrol diri terbagi ke dalam tiga dimensi utama: (1) Kontrol perilaku (behavioral control), yaitu kemampuan untuk memodifikasi atau menghentikan suatu tindakan; (2) Kontrol kognitif (cognitive control), kemampuan mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara memberi penilaian positif; dan (3) Kontrol dalam mengambil keputusan (decisional control), kemampuan untuk memilih tindakan berdasarkan apa yang diyakini benar (Averill, 1973). Mahasiswa dengan decisional control yang kuat akan mampu menolak ajakan teman untuk berbelanja jika hal tersebut tidak sesuai dengan rencana anggarannya.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Khairulanam & Surjanti, 2024) yang menyatakan bahwa self-control memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut menjelaskan bahwa penguatan aspek kontrol diri diprediksi akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif secara signifikan karena mahasiswa memiliki kedaulatan penuh atas keputusan belanjanya tanpa terpengaruh oleh tekanan eksternal maupun dorongan emosional. Akan tetapi, terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani et al., 2025) menjelaskan bahwa self-control tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Self-Control berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Gaya Hidup

Menurut buku (Andrian et al., 2022) Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Dalam perkembangan masyarakat modern, gaya hidup tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri serta menunjukkan posisi sosial dalam lingkungan masyarakat.

Gaya hidup umumnya diukur menggunakan instrumen AIO (Activities, Interests, Opinions) yang mencakup dimensi utama, yaitu (1) Aktivitas (Activities), mencakup bagaimana mahasiswa menghabiskan waktu, seperti hobi, belanja, atau bersosialisasi; (2) Minat (Interests), berkaitan dengan apa yang dianggap penting, seperti minat pada fashion, teknologi, atau kuliner; dan (3) Opini (Opinions), mengenai pandangan mereka terhadap diri sendiri dan isu-isu sosial (Plummer, 1974). Penggabungan ketiga indikator ini akan membentuk profil gaya hidup mahasiswa, apakah cenderung hemat atau hedonis. Gaya hidup modern yang cenderung hedonis sering kali menjadi pemicu utama perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Afrilia et al., 2025) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil tersebut menjelaskan bahwa gaya hidup yang tidak terkendali akan mengaburkan batas antara kebutuhan dan keinginan, sehingga konsumsi dilakukan demi kepuasan psikologis semata. Akan tetapi, terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Aini et al., 2026) menjelaskan bahwa gaya hidup tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif karena gaya hidup diposisikan sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku Konsumtif

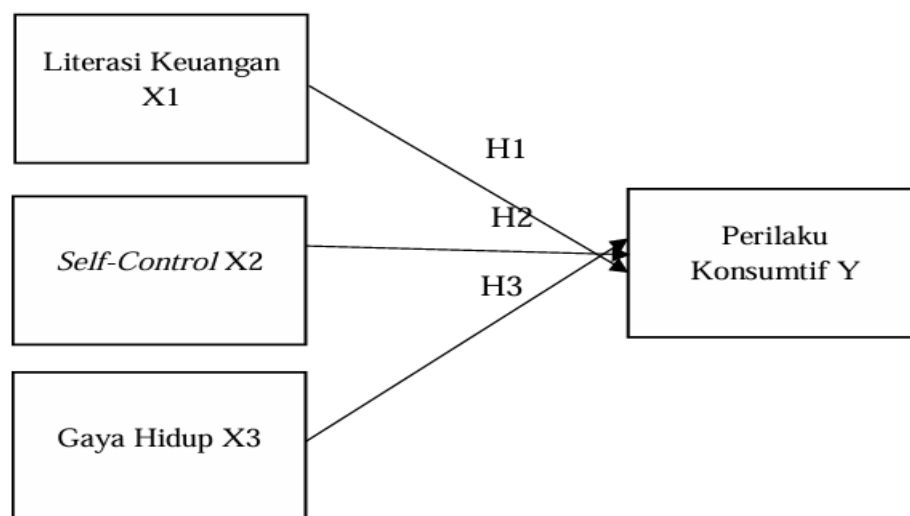
Menurut buku (Fatmawatie, 2022) Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Perilaku ini melekat pada individu ketika mereka membeli sesuatu di luar kebutuhan (need) dan lebih mengutamakan faktor keinginan (want) semata. Selain itu, perilaku konsumtif merupakan pola hidup yang ditandai dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan, yang sering kali disertai dengan perasaan tidak puas apabila barang yang diinginkan belum dimiliki.

Indikator perilaku konsumtif biasanya diukur melalui beberapa dimensi utama. Beberapa indikatornya meliputi: (1) Mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan, (2) Membeli produk atas pertimbangan harga bukan berdasarkan manfaat, (3) Membeli barang secara berlebihan, (4) Membeli barang untuk

pemenuhan gaya hidup, (5) Membeli barang karena kemasan unik dan menarik dan (6) Membeli barang untuk menaikkan status sosial (Islami et al., 2023).

Menurut (Fatmawatie, 2022) Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi perilaku ini, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, proses dan pengalaman belajar, kepribadian, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan konsep diri individu dalam memandang sebuah barang. Sementara itu, faktor eksternal mencakup pengaruh budaya, kelas sosial, keluarga, grup referensi. Di era digital 4.0, kemudahan akses melalui platform e-commerce dan paparan iklan media sosial yang dipersonalisasi menjadi faktor eksternal yang sangat dominan dalam mempercepat pengambilan keputusan pembelian yang impulsif.

Kerangka Konseptual



Gambar Kerangka Pikir

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya dengan tujuan mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori, dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam (Hardani et al., 2020).

Populasi penelitian dapat diartikan sebagai keseluruhan individu (bisa berupa manusia atau benda/objek) yang memiliki karakteristik yang sama serta menjadi sasaran kemana hasil penelitian akan diberlakukan (Sugeng, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang terdiri dari program studi Akuntansi dan Manajemen angkatan 2022 sampai dengan angkatan 2025 adalah sebagai berikut: Akuntansi: 557 mahasiswa, Manajemen: 1.248 mahasiswa, Sehingga total populasi sebanyak 1.805 mahasiswa.

Sampel adalah sekelompok objek, orang, atau peristiwa yang dipilih dari populasi yang lebih besar, yang digunakan untuk memberikan dasar bagi

penarikan kesimpulan tentang populasi tersebut melalui analisis statistik (Hair et al., 2019). Banyaknya jumlah sampel dalam penelitian ini akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sebanyak 95 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga hanya anggota populasi yang memenuhi kriteria-kriteria tersebut yang bisa dipilih sebagai sampel penelitian (Sugeng, 2022). Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Mahasiswa yang masih menempuh perkuliahan pada semester berjalan.
3. Mahasiswa yang pernah atau sering melakukan aktivitas belanja (baik secara online maupun offline) untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup.
4. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur.

RESULTS

Pengujian kelayakan data dengan asumsi klasik normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,09009409
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,075
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2026

Uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,089. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,089 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,199	2,305		6,595	,000		
	Literasi Keuangan	-,359	,091	-,311	-3,937	,000	,981	1,019
	Self Control	-,242	,081	-,235	-2,978	,004	,984	1,016
	Gaya Hidup	,538	,078	,541	6,905	,000	,996	1,004
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif								

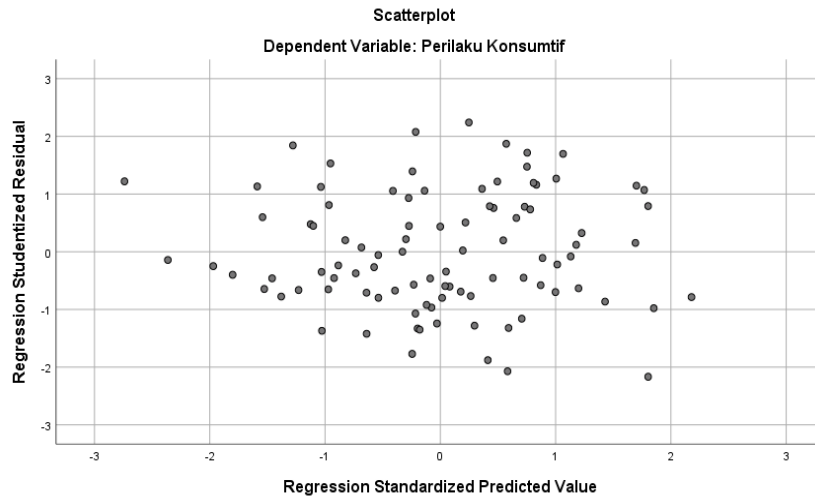
Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance yang diperoleh dari uji multikolinearitas untuk variabel literasi keuangan adalah 0,981, gaya hidup sebesar 0,984, dan self-control sebesar 0,996 lebih besar dari 0,1. Di sisi lain, nilai VIF yang dihasilkan berturut-turut adalah 1,019; 1,016; dan 1,004 lebih kecil dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,666 ^a	,444	,425	4,15697	1,754
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Self Control, Literasi Keuangan					
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,754. Untuk menentukan ada atau tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut dibandingkan dengan nilai d teoritis (dU dan dL) pada tabel Durbin-Watson dengan tingkat signifikansi 5%. Dengan n = 95 dan k = 3, diketahui nilai dU sebesar 1,7316 dan dL sebesar 1,6015. Kriteria pengujian tidak terjadinya autokorelasi adalah $dU < d < 4 - dU$. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $1,7316 < 1,754 < 4 - 1,7316$ atau $1,7316 < 1,754 < 2,2684$. Dengan demikian, hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami autokorelasi.



Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan Gambar diatas Grafik *Scatterplot*, dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit. Penyebaran titik yang tidak teratur tersebut menunjukkan bahwa varians residual pada model regresi bersifat konstan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,199	2,305		6,595	,000		
	Literasi Keuangan	-,359	,091	-,311	-3,937	,000	,981	1,019
	Self Control	-,242	,081	-,235	-2,978	,004	,984	1,016
	Gaya Hidup	,538	,078	,541	6,905	,000	,996	1,004
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif								

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji t, variabel Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien -0,359, sehingga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel Self-Control memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 ($< 0,05$) dengan koefisien -0,242, yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, variabel Gaya Hidup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan koefisien 0,538, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, ketiga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1254,686	3	418,229	24,203	,000 ^b
	Residual	1572,514	91	17,280		
	Total	2827,200	94			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Self Control, Literasi Keuangan						

Sumber: Data output SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji F, maka dapat diketahui bahwa F_{hitung} memiliki nilai 24,203 yang mana angka tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yakni 2,70 ($24,203 > 2,70$). Hal ini berarti bahwa ketiga variabel independen, yakni literasi keuangan, *self-control*, dan gaya hidup secara serentak (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta raya.

DISCUSSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka kecenderungan untuk melakukan perilaku konsumtif akan semakin rendah. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan dan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu menyusun anggaran, mengelola pengeluaran, serta mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Temuan ini sejalan dengan konsep literasi keuangan yang menyatakan bahwa kemampuan memahami dan mengelola keuangan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi yang rasional sehingga mampu mengurangi perilaku konsumtif (Haryana, 2020).

Selanjutnya, self control juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Individu yang memiliki kemampuan mengendalikan diri lebih mampu menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang bersifat impulsif dan lebih mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan. Kemampuan mengontrol emosi dan keinginan tersebut membantu mahasiswa dalam mengelola perilaku konsumsi secara lebih bijaksana. Oleh karena itu, semakin

tinggi tingkat self control seseorang, semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif (Khairulanam & Surjanti, 2024).

Di sisi lain, gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang cenderung mengikuti tren, perkembangan media sosial, dan gaya hidup modern memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan konsumsi demi memenuhi keinginan, memperoleh pengakuan sosial, atau mengikuti lingkungan pergaulan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan perilaku konsumtif, terutama pada mahasiswa yang berada pada usia produktif dan aktif menggunakan media digital (Afrilia et al., 2025).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh faktor internal berupa literasi keuangan dan self control, serta faktor eksternal berupa gaya hidup. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan literasi keuangan dan kemampuan pengendalian diri perlu terus dikembangkan, di samping membangun kesadaran mahasiswa dalam menyikapi pengaruh gaya hidup agar mampu mengambil keputusan konsumsi yang lebih rasional.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan, self-control, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Self-control berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan dapat terus meningkatkan literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan secara bijaksana dan mengurangi perilaku konsumtif.
2. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan self-control dalam mengendalikan pengeluaran, terutama dalam penggunaan media sosial dan platform e-commerce.
3. Universitas diharapkan dapat meningkatkan program edukasi literasi keuangan, seperti seminar, pelatihan, atau workshop mengenai pengelolaan keuangan pribadi untuk mendukung terbentuknya perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab.

FURTHER STUDY

Peneliti menyadari bahwa dalam pelaksanaan penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang melingkupinya, antara lain:

1. Data rata-rata responden dalam penelitian ini memiliki keterbatasan karena diperoleh melalui kuesioner sehingga hasil penelitian bergantung pada persepsi dan kejujuran masing-masing responden. Selain itu, dalam proses analisis dilakukan penghapusan data outlier sehingga hanya data yang memenuhi kriteria analisis yang digunakan. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu diinterpretasikan secara hati-hati karena didasarkan pada data yang telah melalui proses outlier dan perhitungan statistik.
2. Instrumen pengumpulan data utamanya menggunakan kuesioner secara digital melalui google form, di mana terdapat kemungkinan jawaban yang diberikan oleh responden tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi riil atau objektif yang sebenarnya terjadi di lapangan akibat adanya unsur subjektivitas pengisian.
3. Kemampuan variabel independen (Literasi Keuangan, Self-Control, dan Gaya Hidup) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Perilaku Konsumtif) dalam penelitian ini dibatasi oleh nilai Adjusted R Square sebesar 42,5%. Hal ini berarti masih terdapat sisa sebesar 57,5% variasi perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh variabel-variabel eksternal lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian ini secara lebih luas dengan menambahkan variabel-variabel independen baru yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti digital payment, financial technology, pengaruh media sosial, maupun teman sebaya, sehingga model penelitian yang dihasilkan menjadi lebih komprehensif.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah dan cakupan populasi sampel penelitian, tidak hanya berfokus pada satu fakultas di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, melainkan melibatkan beberapa universitas lain agar memperoleh gambaran dinamika sosiologi konsumsi yang lebih komprehensif.

ACKNOWLEDGMENT

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan penelitian. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian, serta kepada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih

kepada keluarga, sahabat, dan semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

REFERENCES

- Adani, K. D., Sadilah, R. I., Apriliyanti, M., Azelia, G. Z., Paryanti, A. B., & Sangapan, L. H. (2026). Pengaruh Persepsi Fraud Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Nasabah Bank Umum Pengguna Layanan Mobile Banking). *Jurnal of Capital Markets and Banking (JCMB)*, 14(1), 305–345. <https://doi.org/10.63607/jcmb.v14i1>
- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Respati, D. K. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 820–835. <https://doi.org/10.63822/wc1rgt34>
- Aini, I. N., Sariwulan, T., & Zahra, S. F. (2026). Pengaruh Digital Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 1830–1853. <https://doi.org/10.63822/g664zd45>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amalia, R. (2024). Hubungan Antara Self-Control Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Dari Beberapa Universitas. *Jurnal Insight Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, 20(1), 87–96. <https://doi.org/10.32528/insight.v20i1>
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawaty (eds.); 1st ed.). Rena Cipta Mandiri.
- Averill, J. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80, 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Baumeister, R. F. (2018). *Self-Regulation and Self- Control: Selected works of Roy F. Baumeister* (1st ed.). Routledge (A Psychology Press Book). <https://doi.org/10.4324/9781315167992>
- Cahyani, R. C., Safitri, M., Pakarti, P., & Puspitasari, D. (2025). Analisis Literasi Keuangan, Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Dian Nuswantoro) Pengguna E-Commerce. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(3), 6701–6721. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i3.3932>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80007-X](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80007-X)
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). *Literasi keuangan* (D. P. Sari (ed.); 1st ed., Issue June).

- PT Global Eksekutif Teknologi. <https://doi.org/10.59997/sonpedia.v1>
- Clear, J. (2018). *Atomic Habits: Perubahan Kecil yang memberikan hasil luar biasa* (1st ed.). Avery and imprint of Penguin Random House.
- Fatmawatie, N. (2022). *E Commerce dan Perilaku Konsumtif* (1st ed.). IAIN Kediri Press.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2010). *Teori-teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (ed.); 1st ed.). Ar-Ruzz Media Group.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Controlo dan Finansial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29–36. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.1003>
- Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later : Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. 3(1), 422–437. <https://doi.org/10.62710/k5em1b31>
- Irdiana, S., Budiyanto, & Suhermin. (2024). *Daya Tarik Gaya Hidup Konsumtif: Mengungkap Hubungan dengan Impulse Buying* (M. R. Sholihin (ed.); 1st ed.). Media Kunkun Nusantara.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'ah. *Infotech Jurnal*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Istianingsih, Kamil, I., & Suraji, R. (2023). *The Role of Self-Control in the Impact of Artificial Intelligence Innovation on Lending Decisions in online Fintech*. 4(1), 24–33.
- Jasmine, S. (2022). *Self Control: Mampu Mengendalikan Diri dalam Situasi Apa pun* (G. R. Wahyudi (ed.)). CV. Shinyuu Japanindo.
- Khairani, N. K., Lestari, D. F., & Siddiq, H. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Financial Management Behavior Berbasis Digital dengan Mediasi Self Control (Survey pada Gen Z di Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keangan Dan Bisnis*, 6(2), 408–430. <https://doi.org/10.36490/value.v6i2.2169>
- Khairulanam, R. S., & Surjanti, J. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(1), 154–160. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p154-160>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial

- Literacy : Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
<https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Michelle, S., & Sukendro, G. G. (2025). Fenomena Mahasiswa FOMO Kekinian dalam Studi FOMO dan Pengendalian Diri di TikTok. *Koneksi*, 9(1), 187–197.
<https://doi.org/10.24912/kn.v9i1.33311>
- Mukti, A. Harry, Sastrodiharjo, I., & I.B Hariyanto, O. (2024). Financial Literacy , Financial Management , Social Legitimacy and Being FOMO on Impulsive Buying : Evidence on Leisure Activity Coldplay Concert Euphoria on Indonesian Gen Z Generation. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 639–660.
<https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i1.843>
- Ningrum, E. P., Christiaan, P., & Mahmudin, T. (2026). Analisis Financial Literacy , Emotional Intelligence dan Parent's Income terhadap Financial Behavior. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 11347–11354.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7452>
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37. <https://doi.org/10.2307/1250164>
- Ramadhan, S., Nurwati, S., Saputra, C. D., Tria, V. A., & Amalia, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Self-Control Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Palangka Raya. *Ekoma : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(5), 7389–7402.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i5.9363>
- Safitri, N., Pangaribuan, D., & Sianipar, P. B. H. (2025). Pengaruh Pengetahuan Pajak , Kesadaran Wajib Pajak , dan Moralitas Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Budaya Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 321–339. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v3i1.3078>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). KBM Indonesia.
- Saiman, A. D. P. L., & Setyaningsih. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan , E-Money , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Cashless Society Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1148–1164. <https://doi.org/10.62710/b989gy66>
- Subali, & Nofiana, L. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Universitas Pamulang (Studi Kasus Mahasiswa Semester 8). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(3), 683–695.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v4i3.9164>
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (1st ed.). Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Suyanto, A., Hafifuddin, Asiyah, D., Warsiati, W., & Kusumaningrum, A. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Kajian Studi Literatur). *Indonesian Journal of Economic and Business (IJEb)*, 3(1), 53–61. <https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i1.133>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment , Less Pathology , Better Grades , and Interpersonal

- Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–234.
<https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Pandemi Covid - 19. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 275–286. <https://doi.org/10.35917/cb.v2i2.266>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the digital era 4.0* (M. Pradana (ed.); 1st ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Wati, A. S., Mulyani, I. D., & Ernitawati, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Muhadi Setiabudi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 535–548. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.2125>
- Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(c), 127–134. <https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.1031>
- Yuniati, T., Pramukty, R., & Siburian, S. (2022). Pengaruh Persepsi Fraud dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Nasabah Bank Umum Pengguna Layanan Mobile Banking). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 28–35. [https://repository.ubharajaya.ac.id/31467/1/gabungCover dan Jurnal publish Jiam Pengaruh Persepsi Fraud dan Kepercayaan %282%29.pdf](https://repository.ubharajaya.ac.id/31467/1/gabungCover%20dan%20Jurnal%20publish%20Jiam%20Pengaruh%20Persepsi%20Fraud%20dan%20Kepercayaan%20%29.pdf)