Varied Knowledge Journal
Vol. 3 No. 4, May 2026, pp: 557-574
e-ISSN : 3026-5371

OPEN ACCESS

Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perempuan

Soleman Do*, Ari Data, Fernando Saragih
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

**Email Korespondensi:* solemando1104@gmail.com

Do, S., Data, A., & Saragih, F. (2026). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perempuan. *Varied Knowledge Journal, 3*(4), 557–574. https://doi.org/10.71094/vkj.v3i4.210

Diterima: 01-04-2026
Direvisi: 01-05-2026
Disetujui: 18-05-2026
Publish: 28-05-2026

Copyright © 2026, The Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

Abstract: *This study is motivated by the increasing consumptive behavior among female students in the digital era, which is characterized by easy access to online shopping, various promotions, discounts, social media trends, and modern lifestyles that encourage purchasing based on desires rather than needs. Although many previous studies have discussed the influence of economic literacy and lifestyle on consumptive behavior, most of them still examine these two variables separately and do not specifically focus on female students. This study aims to analyze the influence of economic literacy and lifestyle on the consumptive behavior of female students at Universitas Nusa Cendana. This study uses a quantitative approach with an explanatory (causal) research design. The sample consists of 120 female students selected through the simple random sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and then analyzed using multiple linear regression. The results show that economic literacy and lifestyle have a positive and significant influence on consumptive behavior, both partially and simultaneously. The coefficient of determination value of 88.5% indicates that most consumptive behavior is influenced by these two variables, while the remaining percentage is affected by other factors outside the scope of this study. This study is expected to contribute to strengthening economic education studies related to the consumptive behavior of female students.*

Keywords: *Economic Literacy, Lifestyle, Consumptive Behavior, Female Students*

Abstrak: Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya perilaku konsumtif pada mahasiswa perempuan di era digital yang ditandai dengan kemudahan akses belanja online, berbagai promosi, diskon, tren media sosial, serta gaya hidup modern yang mendorong pembelian berdasarkan keinginan dibandingkan kebutuhan. Meskipun berbagai penelitian telah membahas pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, sebagian besar studi sebelumnya masih meneliti kedua variabel tersebut secara terpisah dan belum secara khusus berfokus pada mahasiswa perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan di Universitas Nusa Cendana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (kausal). Sampel penelitian berjumlah 120 mahasiswa perempuan yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis melalui regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi sebesar 88,5% menunjukkan bahwa sebagian besar perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat kajian pendidikan ekonomi yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa perempuan.

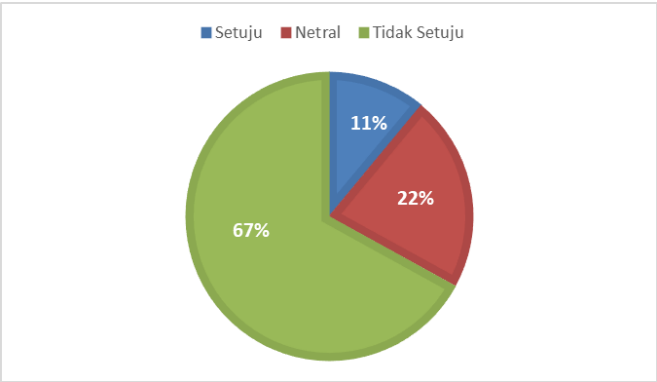
Kata Kunci: Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Perilaku konsumtif, Mahasiswa Perempuan

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital menghadirkan perubahan yang besar terhadap pola kehidupan manusia,tidak hanya mempermudah aktivitas komunikasi dan pekerjaan, tetapi juga mempengaruhi cara individu dalam mengambil keputusan ekonomi (Miftah, 2022). Kehadiran berbagai platform digital seperti *marketplace*, media sosial, serta sistem pembayaran elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa secara cepat, praktis, dan efisien. Kondisi ini menyebabkan pergeseran pola konsumsi yang awalnya bersifat konvensional menjadi lebih modern dengan dukungan teknologi digital (Muhammad Fikri & Junaidi, 2024; Sabbina et al., 2025).

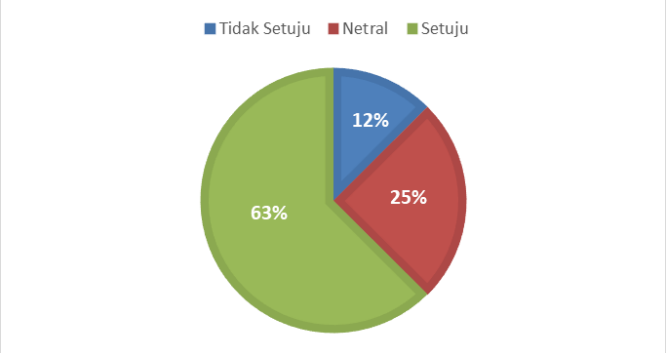
Mahasiswa perempuan merupakan salah satu kelompok yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi tersebut. Mahasiswi cenderung lebih aktif dalam mengikuti tren gaya hidup, fashion, kosmetik, serta perkembangan sosial di lingkungan sekitarnya. Kemudahan akses terhadap berbagai produk melalui platform digital sering kali mendorong munculnya perilaku konsumtif, yaitu menunjukkan adanya kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang maupun jasa melampaui kebutuhan yang sebenarnya dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan pemenuhan kebutuhan. Tindakan ini disebabkan oleh berbagai aspek seperti promosi, diskon, gaya hidup, serta dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial. Secara teoritis, mahasiswa khususnya perempuan telah mempelajari berbagai konsep ekonomi seperti kebutuhan, kelangkaan, skala prioritas, dan pengelolaan keuangan. Pengetahuan tersebut seharusnya mampu membentuk perilaku konsumsi yang rasional. Namun, pada kenyataannya masih banyak mahasiswa perempuan yang melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan manfaat dan prioritas kebutuhan. Mahasiswi sering kali lebih mengutamakan keinginan sesaat, mengikuti tren, menjaga penampilan, serta memenuhi tuntutan lingkungan sosial dibandingkan pertimbangan ekonomi yang rasional. Fenomena ini semakin relevan di kalangan mahasiswi, mengingat kelompok ini berada pada fase perkembangan identitas yang rentan terhadap pengaruh sosial, tren, dan tekanan pergaulan. Di era digital, aksesibilitas terhadap platform e-commerce dan media sosial memperkuat dorongan konsumtif tersebut, sehingga mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif yang tidak sejalan dengan kondisi keuangan mereka (Nova & Susilawati, 2022).

Sejalan dengan itu, dari hasil pengambilan data awal pra-survei yang telah dilakukan terhadap 70 mahasiswi Universitas Nusa Cendana dari beberapa fakultas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan kondisi keuangan mereka belum stabil hingga akhir bulan. Selain itu, sebagian responden juga mengaku sering merasa menyesal setelah melakukan transaksi pembelian barang atau jasa yang sebetulnya tidak terlalu diperlukan. Terdapat dua aspek utama yang digunakan untuk menggambarkan kondisi perilaku konsumtif mahasiswa perempuan, yaitu:



Gambar 1. Stabilitas keuangan di akhir bulan

Berdasarkan gambar di atas sebanyak 67% responden menyatakan tidak setuju bahwa keuangan mereka stabil di akhir bulan, sedangkan 22% responden bersikap netral, dan 11% responden menyatakan setuju. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa lebih dari separuh responden mengalami kondisi keuangan yang tidak stabil hingga akhir bulan karena kurangnya manajemen keuangan.



Gambar 2. Kondisi perasaan setelah melakukan pembelian

Selain aspek stabilitas keuangan, kondisi perasaan setelah melakukan pembelian juga bagian penting, yaitu sebanyak 63% responden menyatakan setuju bahwa mereka merasa menyesal setelah melakukan pembelian, sedangkan 25% responden bersikap netral, dan 12% responden menyatakan tidak setuju. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa lebih dari separuh responden cenderung mengalami penyesalan setelah melakukan pembelian. Untuk menganalisis sekaligus mencari solusi atas perilaku konsumtif penelitian ini mengacu pada teori perilaku konsumen yakni dikemukakan oleh Kotler & Keller, (2007) yang menguraikan bahwa perilaku konsumtif yaitu kebiasaan individu untuk melakukan pembelian barang maupun jasa melebihi batas kewajaran dengan lebih mengutamakan kemauan dibandingkan pemenuhan keperluan. Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh beragam faktor, antara lain faktor psikologis, sosial, budaya, serta faktor pribadi yang membentuk pola konsumsi seseorang dalam kehidupan setiap harinya (Budiman et al., 2023). Oleh karena itu, teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana kecenderungan konsumsi seseorang dapat mempengaruhi cara individu dalam mengelola kebutuhan dan keinginannya. Literasi ekonomi dipandang sebagai bagian dari faktor pengetahuan (Saragih et al., 2025), sedangkan gaya hidup yaitu salah satu unsur dalam faktor pribadi dimana menggambarkan aktivitas, minat, serta pandangan seseorang dalam kehidupan sehari-hari (Wulandari et al., 2026). Kedua variabel tersebut dianggap memiliki hubungan yang erat dalam mempengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa perempuan. Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini memfokuskan pada dua faktor utama. faktor pengetahuan melalui literasi ekonomi (X1) serta faktor pribadi yang tercermin dalam gaya hidup (X2), yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif individu sebagai variabel terikat (Y).

Menurut Yannesa et al., (2025) Perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh dua faktor. Dimana faktor pengetahuan meliputi wawasan mengenai konsep dasar keuangan, keterampilan mengelola pendapatan, membuat perencanaan keuangan, serta menetapkan keputusan ekonomi yang akurat dalam berbagai kehidupan. (Shaffiyah et al., 2025). Semakin meningkat tingkat literasi ekonomi yang dipunyai seseorang, maka semakin baik juga kesanggupan individu dalam mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan sebelum melakukan pembelian sehingga dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif. Selanjutnya terdapat faktor pribadi yang tercermin dalam gaya hidup. Gaya hidup mencerminkan cara kehidupan individu yang tampak melalui

aktivitas, minat, serta pandangan individu dalam keseharian, termasuk dalam perilaku konsumsi. Menurut Arrezqi, (2024) faktor pribadi mencakup karakteristik individu seperti aktivitas, preferensi, dan persepsi yang tercermin dalam gaya hidup serta mempengaruhi cara seseorang membelanjakan uang dan memilih produk yang dikonsumsi. Individu yang memiliki kecenderungan mengikuti tren serta lebih mengutamakan simbol status sosial berpotensi menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat dua aspek utama yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa perempuan, yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup. Literasi ekonomi memberikan kontribusi penting dalam membantu individu memahami konsep keuangan dasar, mengelola pendapatan, menyusun perencanaan keuangan, serta mengambil keputusan ekonomi secara rasional. Mahasiswa perempuan yang mempunyai tingkat literasi ekonomi yang baik berpotensi lebih sanggup membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga lebih bijaksana dan berhati-hati dalam melakukan pembelian Sebaliknya, rendahnya literasi ekonomi dapat menyebabkan individu lebih mudah terpengaruh oleh promosi, diskon, dan dorongan konsumsi sesaat yang berujung pada perilaku konsumtif. Hal ini di jelaskan oleh Nirmala et al., (2024) Literasi ekonomi penting dalam memahami konsep keuangan dasar, mengelola pendapatan, tabungan, serta mengambil keputusan ekonomi yang rasional, sehingga membantu seseorang lebih bijaksana dalam mengelola pengeluaran, mempertimbangkan manfaat serta risiko konsumsi, dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, gaya hidup yakni faktor krusial yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Rutinitas, minat, dan pandangan dalam kehidupan sehari-hari mencerminkan pola kehidupan seseorang yang menunjukkan gaya hidupnya. Individu yang mempunyai gaya hidup modern serta cenderung mengikuti perkembangan umumnya lebih mudah terdorong melakukan pembelian demi memenuhi simbol status sosial serta kebutuhan aktualisasi diri. Mahasiswai yang aktif mengikuti perkembangan fashion, kosmetik, dan gaya hidup sosial memiliki potensi yang lebih besar untuk menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Menurut Kusnandar & Kurniawan, (2018) Gaya hidup menggambarkan pola kehidupan individu melalui aktivitas, minat, pandangan, serta cara mengalokasikan waktu dan uang yang memengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumtif, khususnya pada individu yang mengikuti tren modern.

Penelitian ini didukung oleh berbagai studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi ekonomi berkontribusi positif dan sig terhadap perilaku konsumtif (Agustina et al., 2020; Ismawan & Pamungkas, 2023). Individu dengan tingkat pemahaman ekonomi yang baik lebih mampu mengatur keuangan, menilai manfaat dari setiap pembelian, serta menentukan keputusan konsumsi secara lebih rasional. Temuan dari beberapa penelitian juga mengindikasikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan sig terhadap perilaku konsumtif (Hasanah & Nurdin, 2019; Oktafikasari & Mahmud, 2017). Di mana individu yang cenderung mengikuti tren dan mengutamakan penampilan memiliki kecenderungan konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan individu dengan gaya hidup sederhana.

Walaupun berbagai penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, kebanyakan studi sebelumnya masih meneliti secara umum. Oleh karena itu *research gap* meneliti secara khusus mahasiswa perempuan. Pemelihan *research gap* mendorong terbentuknya keterbaruan penelitian ini terletak pada tiga perspektif yaitu gender, perilaku dan kondisi ekonomi sehingga melalui variabel dan berbagai aspek tersebut memberikan gambaran X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y. Dari sisi gender, penelitian ini secara khusus mengkaji mahasiswa perempuan karena kelompok ini umumnya lebih dekat dengan perkembangan tren fashion, kosmetik, serta gaya hidup modern yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Ditinjau dari sisi

perilaku, intensitas belanja online yang tinggi memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai produk dan layanan, sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif maupun pembelian berlebihan. Selanjutnya, dari sisi kondisi ekonomi, latar belakang orang tua dengan tingkat pendapatan menengah ke atas memberikan dukungan daya beli yang lebih besar, sehingga mahasiswa memiliki peluang lebih tinggi untuk memenuhi keinginan konsumsi di luar kebutuhan utama. Keadaan tersebut dapat berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan keuangan, munculnya pemborosan, serta timbulnya penyesalan setelah melakukan pembelian. Oleh sebab itu, penelitian ini memberikan sudut pandang baru dalam memahami hubungan antara literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan realitas yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksplanatori (kausal) untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat secara sistematis. Pendekatan ini dipilih karena fokus kajian terletak pada pengaruh literasi ekonomi (X_1) dan gaya hidup (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui pengolahan data numerik dan analisis statistik. Penelitian dilaksanakan di Universitas Nusa Cendana, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, dengan pertimbangan tingginya aktivitas konsumsi mahasiswa perempuan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi gaya hidup modern, serta kemudahan akses belanja online. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa perempuan aktif, dengan sampel sebanyak 120 responden yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling melalui metode incidental sampling. Pengumpulan data dilakukan selama tujuh hari dengan melibatkan seluruh fakultas. Pemilihan metode tersebut didasarkan pada keterbatasan akses terhadap data mahasiswa secara menyeluruh serta efisiensi waktu dalam proses penelitian. Instrumen penelitian terdiri atas 26 butir pernyataan yang terbagi ke dalam tiga variabel, yaitu variabel X_1 sebanyak 8 butir, variabel X_2 sebanyak 8 butir, dan variabel Y sebanyak 10 butir. Sebelum digunakan, instrumen diuji melalui uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik untuk memastikan kelayakan alat ukur. Selain itu, penyusunan kuesioner juga dilakukan dengan pengacakan urutan pernyataan serta penerapan anonimitas responden guna mengurangi potensi common method bias.

Tabel 1. Oprasional

Variabel	Definisi	Indikator
Literasi Ekonomi	Menurut Oktavia & Arita, (2023) Literasi ekonomi mencerminkan kapasitas seseorang dalam menguasai konsep keuangan dasar, seperti pengelolaan pendapatan, tabungan, serta pengambilan keputusan ekonomi secara tepat sehingga dapat mendukung perilaku	Menurut (Murniatiningsih Endah, 2017) berikut adalah beberapa indicator literasi ekonomi yaitu: 1. mampu mengungkapkan pendapatan individu 2. mampu mengungkapkan penggunaan sumber daya yang terbata 3. mampu melakukan analisis biaya (cost) serta manfaat (benefit) pada setiap transaksi 4. mampu melakukan analisis biaya (cost) dan manfaat (benefit) pada proses pengambilan keputusan

	konsumsi yang lebih rasional.	
Gaya Hidup	Menurut Putri et al., (2019) Gaya hidup dimaknai sebagai pola hidup seseorang yang terlihat dan diekspresikan melalui beragam kegiatan yang dilakukan, minat atau ketertarikan terhadap suatu hal, serta opini atau pandangan individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari.	Menurut (Pangestu & Dra. Sri Suryoko, 2016) berikut beberapa indikator gaya hidup yaitu: 1. Utilitarian Purchase 2. (Pembelian Fungsional) 3. Indulgence (Kesenangan/Keinginan Pribadi) 4. Life Luxuries (Kemewahan Gaya Hidup) 5. Aspirational Luxuries (Kemewahan yang diimpikan)
Perilaku Konsumtif	Menurut Devi Kusmiati, (2022) Perilaku konsumtif menggambarkan sikap seseorang yang lebih fokus pada pemenuhan keinginan daripada kebutuhan	Menurut (Nainggolan, 2022) beberapa indikator perilaku konsumtif yaitu: 1. Melakukan pembelian produk karena mengikuti tren yang sedang berkembang. 2. Melakukan pembelian produk sebab tampilan bungkus yang menarik perhatian. 3. Melakukan pembelian produk sebab adanya bonus atau tawaran hadiah. 4. Melakukan pembelian produk sebagai bentuk untuk menunjukkan status sosial. 5. Melakukan pembelian produk karena tokoh idola menjadi bintang iklan produk tersebut.

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1, setiap variabel penelitian diukur menggunakan indikator yang sesuai dengan landasan teori dan menggunakan skala Likert sebagai alat ukur. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Pemilihan data primer dilakukan karena dinilai mampu memberikan informasi yang sesuai dengan kondisi aktual responden terkait literasi ekonomi, gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa perempuan. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket (kuesioner) kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian.

Instrumen penelitian yang dipergunakan berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Variabel literasi ekonomi (X_1) diukur melalui indikator pemahaman konsep ekonomi dasar, pengelolaan keuangan, perencanaan keuangan, serta pengambilan keputusan ekonomi. Variabel gaya hidup (X_2) diukur sesuai indikator kegiatan, minat, dan opini yang mencerminkan pola konsumsi responden. sementara itu, variabel perilaku konsumtif (Y) diukur melalui indikator pembelian secara spontan, pembelian yang hiperbola, serta kesamaan untuk lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Setiap pernyataan pada instrument penelitian diukur memakai skala Likert dengan 5 kategori jawaban, yaitu sangat setuju, setuju,

netral, tidak setuju, serta sangat tidak setuju. Pengujian validitas serta reliabilitas dilakukan untuk memastikan kelayakan instrument penelitian yang dipergunakan.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	r_{hitung}	Cronbach's Alph	Keterangan
L. Ekonomi (X1) (8 item)	0,884 - 0,959	0,978	Valid (r_{tabel} : 0.312) (Standar Cronbach's Alph: 0.6)
G. Hidup (X2) (8 item)	0,900 - 0,950	0,975	
P. Konsumtif (Y) (10 item)	0,923 - 0,978	0,987	

Sumber analisis SPSS

Berdasarkan Tabel 2, Seluruh butir pernyataan pada variabel (X_1),(X_2) dan (Y) menunjukkan r hitung > r tabel (0,312), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel berada di atas batas minimum 0,60, yang menyajikan bahwa instrumen penelitian reliabel dan layak untuk digunakan. Tahap sebelum analisis regresi linear berganda yakni pengujian asumsi klasik menjadi prasyarat pada analisis statistik.

Tabel 3. Hasil Uji Asusmsi Klasik

Jenis Uji	Parammeter	Variabel	Nilai	Standar	Kesimpulan
Normalitas	*Aymp.sig*	Residual	0,521	> 0,05	Normal
Multikolinearitas	*Tolerance*	X1	0,996	>0,10	Bebas Multikolinearitas
		X2	0,996		
	VIF	X1	1,004	<10,00	
		X2	2,004		
Linearitas	*Sig. Deviation from Linearity*	X1 ⟶Y	0,555	>0,05	Linear
		X2 ⟶Y	0,245		
Heterokedasitas	*Sig. (Glesjer)*	X1	0,296	>0,05	Tidak terjadi Heterokedasitas
		X2	0,985		

Sumber analisis SPSS

Berdasarkan Tabel 3, Hasil pengujian empat asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian telah memenuhi seluruh kriteria yang dipersyaratkan. Hal ini terlihat dari uji normalitas melalui nilai Asymp. Sig., uji multikolinearitas berdasarkan nilai Tolerance dan VIF, uji linearitas dengan Sig. Deviation from Linearity, serta uji heteroskedastisitas melalui nilai Sig. (Glejser) yang seluruhnya berada pada batas yang sesuai. Oleh karena itu, data dinyatakan memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Data primer diperoleh dari 120 responden yang dinilai telah mewakili populasi penelitian. Karakteristik responden dapat dilihat pada uraian berikut:

Tabel 6. karakteristik responden

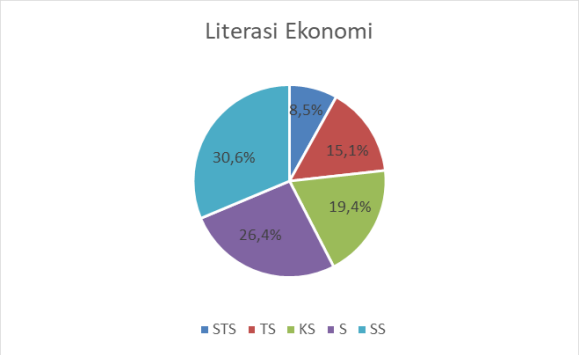
No	Karakteristik	Rincian	Persentase
1	Interaksi belanja online yang tinggi	Ya	82,5 %
		Tidak	17,5 %
2	Tingkat pendapatan mengah ke atas	Ya	76,7 %
		Tidak	23,3 %

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mayoritas responden menunjukkan intensitas belanja online yang tinggi dengan persentase 82,5%, sedangkan yang rendah sebesar 17,5%. Selain itu, sebagian besar responden berada pada tingkat pendapatan menengah ke atas yaitu sebesar 76,7%, sementara yang berada pada tingkat penghasilan rendah sebesar 23,3%.

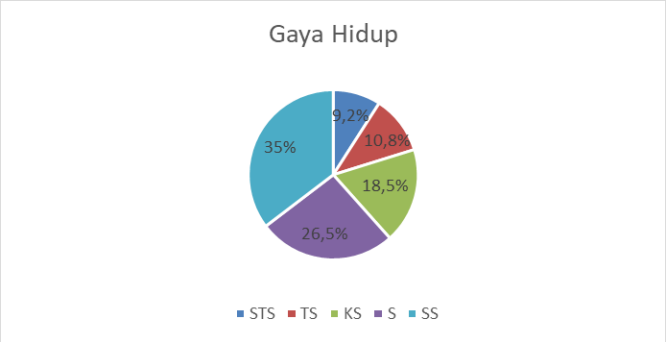
Analisis deskriptif variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan kondisi variabel penelitian yang terdiri atas X_1, X_2, serta Y pada Universitas Nusa Cendana. Hasil analisis ini menyampaikan gambaran awal mengenai kesamaan perilaku responden sebelum dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda.



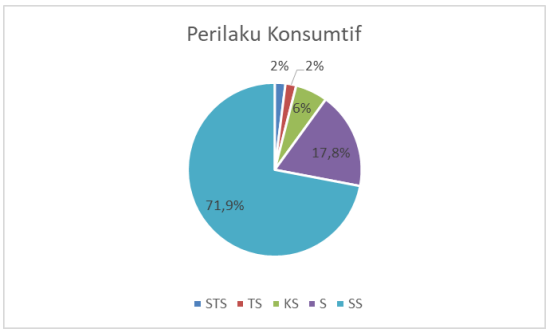
Gambar 3. Analisis deskriptif variabel literasi ekonomi

Analisis grafik menunjukkan bahwa 30,6% responden berada pada kategori sangat setuju dan 26,4% pada kategori setuju, sehingga total 57% menandakan tingkat literasi ekonomi mahasiswi tergolong baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memahami konsep ekonomi dasar, seperti pengelolaan pendapatan, penentuan prioritas, alokasi sumber daya, serta kemampuan mempertimbangkan biaya dan manfaat dalam keputusan konsumsi. Secara teoritis, pemahaman tersebut seharusnya mendorong mahasiswa untuk bertindak lebih rasional dalam berbelanja. Namun, literasi ekonomi yang baik belum tentu mampu menekan perilaku konsumtif, karena pembelian berlebihan masih dapat terjadi akibat pengaruh lingkungan sosial, kemudahan akses belanja online, promo digital, dan tren di media sosial. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan ekonomi tidak selalu diikuti oleh pengendalian konsumsi yang baik. Selain itu,hasil analisis deskriptif variabel gaya hidup tersebut diperoleh berdasarkan karakteristik responden sebagai berikut:



Gambar 4. Analisis deskriptif variabel Gaya Hidup

Hasil pada tabel menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sangat setuju sebesar 35% dan setuju sebesar 26,5%, sehingga total 61,5% menandakan gaya hidup mahasiswa perempuan tergolong cukup tinggi. Kondisi ini menggambarkan adanya kecenderungan mengikuti tren, menggunakan barang bermerek untuk menunjang penampilan, serta mempertimbangkan status sosial dalam pola konsumsi sehari-hari. Gaya hidup modern di kalangan mahasiswa menjadikan konsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan utama, tetapi juga sebagai bentuk identitas diri dan simbol status sosial. Mahasiswa perempuan umumnya lebih mudah terpengaruh oleh tren fashion, gaya hidup digital, dan media sosial yang menampilkan pola konsumsi modern. Akibatnya, keputusan pembelian sering didasarkan pada keinginan, kepuasan pribadi, dan prestise dibandingkan kebutuhan utama. Selanjutnya, Analisis deskripsi responden variabel Perilaku Konsumtif sebagai berikut:



Gambar 5. Analisis deskriptif variabel Perilaku Konsumtif

Hasil pada tabel menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sangat setuju (71,9%) dan setuju (17,8%), sehingga total sebesar 89,7% mengindikasikan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung melakukan pembelian berdasarkan keinginan, tren, promosi, serta kurang mempertimbangkan kebutuhan utama dalam keputusan konsumsi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam menguji pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1	(Constant)	13,353	1,054		12,664	<,001

Literasi Ekonomi	,585	,025	,730	23,272	<,001
Gaya Hidup	,514	,025	,639	20,394	<,001

Sumber analisis SPSS

Berdasarkan hasil tabel, persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 13{,}353 + 0{,}585X_1 + 0{,}514X_2$$

Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa X_1 dan X_2 memberikan pengaruh positif terhadap Y. Koefisien regresi literasi ekonomi sebesar 0,585 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi ekonomi akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,585 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Sementara itu, koefisien regresi gaya hidup sebesar 0,514 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan gaya hidup akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,514 satuan. Adapun nilai standardized beta menunjukkan bahwa literasi ekonomi (0,730) memberikan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan gaya hidup (0,639) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan.

Uji Hipotesis

Selanjutnya disajikan hasil uji hipotesis penelitian untuk melihat pengaruh secara parsial maupun simultan.

Tabel 5. Uji Hipotesis

Jenis Uji	Uji Statistik	Nilai	Standar	Signifikn	Keterangan
Uji F	X_1, X_2	452,112	3,07	<,001	Berpengaruh
Uji T	X_1	23,272	1,981(T tabel)	<,001	Berpengaruh
	X_2	20,394		<,001	
Koefisien Determinasi	X_1, X_2	88,5%			Kontribusi Besar

Sumber analisis SPSS

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, uji F menunjukkan bahwa secara simultan X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 452,112 yang lebih besar dari pada F tabel sebesar 3,07 serta nilai sig < 0,001. Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa X_1 dan X_2 parsial terhadap Y mahasiswa perempuan, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung masing-masing yang lebih besar dibandingkan t tabel serta nilai sig < 0,05.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 88,5% mengindikasikan bahwa X_1 dan X_2 dapat menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa perempuan, sementara 11,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian antara lain kontrol diri, media sosial, lingkungan keluarga, dan faktor psikologis. Nilai R^2 yang tinggi dapat terjadi karena kedua variabel dalam model memiliki hubungan teoritis yang kuat dengan perilaku konsumtif. Selain itu, karakteristik responden yang relatif homogen, yaitu mayoritas mahasiswa perempuan dengan intensitas belanja online yang tinggi serta berasal dari keluarga dengan tingkat ekonomi menengah ke atas, menyebabkan pola konsumsi serta cenderung serupa sehingga kontribusi kedua variabel tersebut menjadi lebih besar. Meskipun demikian, penelitian ini tetap mengantisipasi kemungkinan bias melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji multikolinearitas yang bertujuan memastikan model regresi tetap valid dan akurat untuk digunakan.

Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku konsumtif

Literasi ekonomi berpengaruh positif dan sig (0,001 < 0,05) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang tercermin dari kemampuan individu khususnya mahasiswa perempuan yang interaksi belanja onlinenya tinggi serta orang tua dengan tingkat pendapatan menengah ke atas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, yang pada akhirnya berdampak pada kurang efektifnya pengelolaan pengeluaran serta menyebabkan kondisi keuangan menjadi tidak stabil dan menyebabkan perilaku konsumtif tetap tinggi. Secara statistik, hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi ekonomi diikuti oleh meningkatnya perilaku konsumtif yang muncul. Temuan ini pada dasarnya memerlukan penjelasan yang lebih mendalam karena secara teoritis literasi ekonomi seharusnya membantu individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi agar lebih rasional. Secara konseptual, literasi ekonomi berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar ekonomi, mengelola pendapatan, menyusun skala prioritas, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Individu dengan tingkat literasi ekonomi yang baik semestinya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menetapkan keputusan konsumsi secara rasional serta tidak mudah dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dari Kotler & Keller, (2007) yang menjelaskan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi oleh faktor pengetahuan, faktor pribadi, serta faktor sosial yang saling berinteraksi dalam membentuk perilaku individu.

Meskipun mahasiswa perempuan memiliki tingkat literasi ekonomi yang baik, perilaku konsumtif tetap dapat terjadi karena pemahaman ekonomi tidak selalu sejalan dengan pengendalian diri dalam praktik sehari-hari. Latar belakang ekonomi yang baik membuat seseorang memiliki daya beli lebih tinggi sehingga merasa lebih leluasa dan sulit memutuskan mana keinginan, bukan hanya kebutuhan. Selain itu, kebiasaan berbelanja online memberikan kemudahan akses, banyaknya promo, diskon, *cashback*, serta pengaruh tren di media sosial yang mendorong pembelian secara impulsif. Akibatnya, meskipun seseorang memahami konsep pengelolaan keuangan, faktor gaya hidup, kenyamanan, dan dorongan sosial sering kali lebih dominan sehingga perilaku konsumtif tetap muncul. Didukung oleh Almira et al., (2026) menjelaskan bahwa perubahan pola belanja Generasi Z ke platform online dapat meningkatkan perilaku konsumtif meskipun memiliki literasi keuangan yang baik, karena pemahaman ekonomi tidak selalu sejalan dengan kontrol diri, ditambah kemudahan akses belanja, promo, diskon, *cashback*, serta pengaruh tren media sosial yang mendorong pembelian impulsif sehingga perilaku konsumtif tetap muncul. Hal ini juga terlihat dari berbagai kajian yang menjelaskan bahwa mahasiswa pada dasarnya telah memiliki pemahaman yang baik mengenai literasi ekonomi, dalam mengatur keuangan serta menetapkan keputusan konsumsi secara rasional, namun dalam praktik sehari-hari pemahaman tersebut belum sepenuhnya diterapkan sehingga perilaku konsumtif masih tetap muncul (Novianti & Anasulloh, 2023; Saragih, 2024).

Penelitian ini relevan dengan temuan penelitian sebelumnya Ristiliana et al., (2024) yang menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi ekonomi mahasiswa, maka kecenderungan perilaku konsumtif cenderung semakin rendah. Namun demikian, dalam praktiknya perilaku konsumtif masih dapat muncul apabila literasi ekonomi dengan kontrol diri yang memadai. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses belanja online, banyaknya penawaran promo dan diskon, serta pengaruh tren di media sosial yang dapat mendorong terjadinya pembelian secara impulsif dan berlebihan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi ekonomi saja belum sepenuhnya mampu menekan perilaku konsumtif mahasiswa, karena

masih terdapat sejumlah faktor lain yang ikut berperan, seperti gaya hidup, kontrol diri, serta pengaruh lingkungan sosial, serta kemudahan akses belanja online yang lebih dominan mempngaruhi keputusan konsumsi. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai literasi ekonomi, tetapi juga membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih disiplin melalui edukasi finansial berbasis praktik, seperti pelatihan penyusunan anggaran, manajemen keuangan pribadi, serta pengendalian pengeluaran. Selain itu, mahasiswa perlu didorong untuk menumbuhkan kesadaran untuk membedakan kebutuhan dan keinginan sehingga keputusan konsumsi dapat dilakukan secara lebih rasional. Di sisi lain, lingkungan keluarga juga berperan penting dalam membentuk pola konsumsi yang sehat, terutama melalui pengawasan dan pembiasaan pengelolaan uang sejak dini. Dengan demikian, kombinasi antara literasi ekonomi, pengendalian diri, dan dukungan lingkungan diharapkan dapat mengurangi perilaku konsumtif serta menciptakan kondisi keuangan mahasiswa yang lebih stabil.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku konsumtif.

Gaya hidup memiliki pengaruh positif dan sig (0,001 < 0,05) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka akan semakin besar pula kecenderungan munculnya perilaku konsumtif. Gaya hidup mengindikasikan pola kehidupan individu yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pandangan dalam kehidupan seharian, termasuk dalam cara mengalokasikan waktu dan membelanjakan uang. Mahasiswa perempuan yang cenderung mengikuti tren, menggunakan produk bermerek, serta menjadikan konsumsi sebagai simbol status sosial memiliki peluang lebih besar untuk melakukan pembelian yang didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan. Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen dari Kotler & Keller, (2007) yang menjelaskan bahwa faktor pribadi, khususnya gaya hidup, berpengaruh kuat terhadap keputusan konsumsi seseorang. Gaya hidup modern yang berkembang di kalangan mahasiswa membuat konsumsi tidak lagi hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai bentuk representasi diri, prestise, dan pengakuan sosial.

Pengaruh media sosial juga menjadi faktor yang memperkuat hubungan tersebut. Paparan gaya hidup modern melalui platform digital mendorong mahasiswa untuk mengikuti perkembangan tren fashion, membeli barang bermerek, dan memiliki produk tertentu yang dianggap mampu meningkatkan citra diri. Kondisi ini menyebabkan keputusan pembelian lebih sering didasarkan pada dorongan sosial dan keinginan untuk memperoleh pengakuan dibandingkan pertimbangan rasional terhadap kebutuhan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa indikator seperti *Utilitarian Purchase* berkaitan dengan pembelian berdasarkan fungsi dan kebutuhan utama, Life Luxuries menggambarkan kecenderungan individu dalam menggunakan barang untuk menunjang penampilan dan gaya hidup, sedangkan *Aspirational Luxuries* menunjukkan keinginan untuk memiliki barang mewah atau barang tertentu sebagai simbol status sosial dan pencapaian yang diinginkan. Hal tersebut dapat dilihat melalui indikator *Aspirational Luxuries* (kemewahan yang diimpikan) menggambarkan adanya keinginan seseorang untuk memiliki barang-barang mewah yang dianggap dapat meningkatkan kepuasan diri, status sosial, atau rasa percaya diri. Keinginan untuk memperoleh barang mewah yang diidamkan menunjukkan bahwa individu tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan utama, tetapi juga terdorong sehingga memenuhi keinginan yang bersifat prestise. Kondisi ini sering terjadi pada mahasiswa yang dipengaruhi oleh gaya hidup modern, tren media sosial, dan lingkungan pergaulan. Dorongan tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif, terutama ketika keputusan pembelian lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan serta kurang mempertimbangkan kondisi keuangan secara rasional. Didukung oleh

Pratama & Santoso, (2024) Gaya hidup dan pengaruh media sosial mendorong mahasiswa memiliki keinginan membeli barang-barang mewah sebagai bentuk kepuasan diri, prestise, dan peningkatan status sosial, perilaku konsumtif dapat muncul ketika keputusan pembelian lebih didasarkan pada gaya hidup, tren, serta dorongan lingkungan sosial dibandingkan pada pemenuhan kebutuhan yang bersifat rasional.

Kondisi ini juga ditunjukkan oleh indikator *Life Luxuries* (kemewahan gaya hidup) menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan barang-barang bermerek sebagai bagian dari gaya hidup dan penunjang penampilan. Ketertarikan menggunakan barang bermerek menunjukkan bahwa individu tidak hanya mempertimbangkan fungsi barang, tetapi juga nilai simbolis seperti status sosial, citra diri, dan rasa percaya diri. Pada mahasiswa perempuan, kondisi ini sering dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan, tren fashion, serta adanya pengaruh media sosial yang menampilkan gaya hidup modern dan cenderung konsumtif. Akibatnya, penggunaan barang bermerek dapat menjadi bentuk perilaku konsumtif apabila pembelian dilakukan lebih untuk menjaga penampilan dan mengikuti tren dari pada berdasarkan kebutuhan yang sebenarnya. Diperkuat oleh Hazizah & Susilo, (2024) mahasiswa cenderung tertarikan menggunakan barang bermerek sebagai penunjang penampilan, kepuasan diri, rasa percaya diri, dan simbol status sosial dapat mendorong pembelian yang lebih didasarkan pada keinginan serta prestise dari pada kebutuhan yang rasional. Indikator *Aspirational Luxuries* (kemewahan yang diimpikan) menggambarkan keinginan seseorang untuk memiliki dan mengoleksi produk tertentu yang dianggap mampu meningkatkan citra diri dan status sosial. Ketertarikan mengoleksi produk tertentu menunjukkan bahwa individu tidak hanya mempertimbangkan manfaat atau fungsi barang, tetapi juga nilai simbolis yang melekat pada produk tersebut, seperti prestise, pengakuan sosial, dan rasa bangga. Pada mahasiswa, kondisi ini sering dipengaruhi oleh gaya hidup modern, tren lingkungan pergaulan, serta dorongan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain. Akibatnya, keinginan untuk mengoleksi produk tertentu dapat memicu perilaku konsumtif ketika pembelian lebih didasarkan pada upaya meningkatkan status sosial daripada pemenuhan kebutuhan yang sebenarnya. Menurut Candra et al., (2024) mahasiswa cenderung memiliki keinginan untuk mengoleksi produk tertentu yang dianggap mampu meningkatkan status sosial, menunjukkan prestise, dan memperkuat citra diri di lingkungan pergaulan, sehingga keputusan pembelian lebih didasarkan pada keinginan mengikuti tren dan pengakuan sosial daripada kebutuhan yang rasional, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif.

Sebaliknya, Indikator *Utilitarian Purchase* (pembelian fungsional) menggambarkan kecenderungan seseorang dalam membeli barang berdasarkan fungsi dan manfaat utama untuk memenuhi kebutuhan, bukan sekadar keinginan. Pembelian yang dilakukan berdasarkan fungsi menunjukkan bahwa individu lebih mengutamakan nilai guna, efisiensi, dan kebutuhan yang benar-benar esensial dalam kehidupan sehari-hari. Pada mahasiswa, hal ini mencerminkan sikap rasional dalam mengelola keuangan, dimana keputusan pembelian dilakukan dengan mempertimbangkan manfaat barang serta prioritas kebutuhan. Dengan demikian, pembelian fungsional dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif karena individu lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan utama daripada dorongan gaya hidup atau keinginan sesaat. Disampaikan juga oleh Ermalina et al., (2024) mahasiswa yang lebih mengutamakan pembelian berdasarkan fungsi dan kebutuhan utama lebih mampu bersikap bijak dalam menentukan keputusan konsumsi, karena mereka mempertimbangkan nilai fungsional barang, menyusun prioritas pembelian, serta menghindari pembelian impulsif yang tidak bermanfaat, sehingga perilaku konsumtif dapat dikurangi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nengsih et al., (2024) yang menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup mahasiswa, maka semakin meningkat pula kecenderungan perilaku konsumtif yang muncul. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan juga untuk mengikuti tren yang sedang berkembang, menjaga penampilan, dan memenuhi kepuasan pribadi. Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memegang peranan yang krusial dalam mendorong terbentuknya perilaku konsumtif pada mahasiswa, khususnya melalui keinginan untuk mengikuti tren, menggunakan barang bermerek, memiliki barang mewah, serta menjaga citra diri dan status sosial di lingkungan pergaulan. Kondisi ini menandakan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa sering kali lebih didasarkan pada keinginan, *prestise*, dan kepuasan pribadi dari pada kebutuhan yang rasional. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar mampu mengontrol pengeluaran secara lebih bijak. Perguruan tinggi juga perlu memberikan edukasi mengenai pentingnya pengelolaan keuangan pribadi, pengendalian diri, serta pembentukan pola hidup sederhana melalui seminar, pelatihan literasi keuangan, dan pembiasaan perilaku konsumsi yang sehat. Selain itu, lingkungan keluarga dan sosial perlu berperan dalam menanamkan nilai kesederhanaan serta penggunaan uang secara bertanggung jawab. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengurangi perilaku konsumtif, menghindari pemborosan, dan membangun kebiasaan konsumsi yang lebih rasional serta berorientasi pada kebutuhan utama.

Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, uji F menunjukkan bahwa X_1 dan X_2 memiliki pengaruh secara simultan terhadap Y. Hal ini dibuktikan oleh nilai sig sebesar 0,001 < 0,05, sehingga model regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel (X_1) dan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh sig terhadap (Y). Dengan demikian, H3 dinyatakan diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 88,5% menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan. Tingginya nilai tersebut mengindikasikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat dengan perilaku konsumsi responden. Nilai R^2 yang tinggi dalam penelitian sosial memang relatif jarang terjadi, namun pada penelitian ini dapat dijelaskan oleh karakteristik responden yang cukup homogen. Pada penelitian ini diketahui bahwa mahasiswa perempuan yang sering melakukan belanja online serta berasal dari keluarga dengan kondisi ekonomi menengah ke atas umumnya lebih mudah memperlihatkan perilaku konsumtif karena memiliki akses dan kemampuan membeli yang lebih besar. Kondisi ini menyebabkan pengeluaran menjadi kurang terkontrol dan berisiko menimbulkan ketidakstabilan keuangan. Walaupun mahasiswa perempuan telah memiliki pemahaman mengenai literasi ekonomi, hal tersebut belum tentu mampu menekan perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan pengendalian diri yang baik. Kemudahan transaksi online, banyaknya penawaran menarik seperti promo dan *cashback*, serta pengaruh gaya hidup modern membuat mahasiswa perempuan lebih tertarik pada penggunaan barang bermerek, gaya hidup mewah, dan keinginan mengoleksi barang-barang tertentu yang dianggap dapat meningkatkan status sosial. Akibatnya, keputusan pembelian lebih sering didasarkan pada keinginan, *prestise*, dan dorongan sosial dari pada kebutuhan utama, sehingga penerapan literasi ekonomi dalam kehidupan sehari-hari menjadi kurang optimal dan perilaku konsumtif tetap terjadi.

Didukung oleh Cahyani et al., (2025) mahasiswa yang memiliki intensitas belanja online tinggi, gaya hidup mewah, serta ketertarikan menggunakan dan mengoleksi barang-barang bermerek untuk meningkatkan status sosial cenderung menunjukkan perilaku konsumtif, karena keputusan pembelian lebih didasarkan pada keinginan, *prestise*, dan dorongan sosial dari pada kebutuhan yang rasional meskipun telah memiliki pemahaman literasi ekonomi yang cukup.

Secara teoritis, hasil ini memperkuat teori perilaku konsumen dari Kotler & Keller, (2007) yang memaparkan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi oleh kombinasi faktor pengetahuan dan faktor pribadi. Literasi ekonomi berperan dalam membentuk kemampuan individu dalam mengambil keputusan rasional, sedangkan gaya hidup berperan dalam membentuk preferensi konsumsi yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kebutuhan akan pengakuan sosial. Namun, dalam praktiknya, mahasiswa yang memiliki pemahaman ekonomi yang baik tetap dapat menunjukkan perilaku konsumtif apa bila gaya hidup modern, pengaruh media sosial, dan kemudahan transaksi digital lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan ekonomi tidak selalu menjadi faktor utama dalam mengendalikan perilaku konsumsi apabila tidak didukung oleh kontrol diri yang baik.

Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan Abdurrohman, (2023) Literasi ekonomi dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, di mana kedua variabel tersebut sama-sama memberikan kontribusi dalam membentuk kecenderungan konsumsi individu. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji simultan yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kombinasi literasi ekonomi dan gaya hidup memiliki peranan penting dalam menentukan perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, upaya mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa tidak cukup hanya melalui peningkatan literasi ekonomi, tetapi juga perlu disertai dengan pengendalian gaya hidup, penguatan kontrol diri, serta pembentukan kebiasaan konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan di Universitas Nusa Cendana, dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif, baik secara parsial maupun simultan. Literasi ekonomi berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif karena pemahaman ekonomi membantu mahasiswa perempuan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, mengelola pendapatan, serta mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional. Namun, dalam praktiknya, perilaku konsumtif tetap dapat muncul akibat kemudahan akses belanja online, adanya promo, diskon, cashback, serta pengaruh tren di media sosial yang mendorong terjadinya pembelian impulsif. Selain itu, gaya hidup juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa perempuan yang cenderung mengikuti tren, menggunakan produk bermerek, mengutamakan penampilan, serta menjadikan konsumsi sebagai bagian dari simbol status sosial lebih mudah menunjukkan perilaku konsumtif. Gaya hidup modern dan lingkungan pergaulan turut memperkuat kecenderungan tersebut, sehingga keputusan pembelian lebih sering didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Secara simultan, literasi ekonomi dan gaya hidup bersama-sama memberikan kontribusi yang besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan dalam memahami konsep ekonomi, tetapi juga oleh pola hidup, lingkungan sosial, serta kebiasaan konsumsi sehari-hari. Oleh karena itu,

diperlukan peningkatan literasi ekonomi yang disertai dengan kontrol diri serta pola hidup yang lebih bijaksana agar mahasiswa perempuan mampu mengelola keuangan secara rasional dan mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrohman. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. *Natuja: Jurnal Ekonomi Syariah*, *2*(2), 98–105. https://doi.org/10.69552/natuja.v2i2.1581

Agustina, R., Zainudin, M., & Mujahidin, A. (2020). Pengaruh literasi ekonomi dan tingkat pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan Edutama*, *7*(1), 1–11. https://ejurnal.ikippgribojonegoro.ac.id/index.php/JPE

Almira, A. F., Herlindawati, D., & Sholekhah, I. (2026). Literasi keuangan dan perilaku konsumtif belanja online: Peran kontrol diri sebagai mediator. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, *24*(01), 14–27. https://doi.org/10.21831/jpai.v24i1.95428

Arrezqi, M. (2024). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal Syntax Idea*, *6*(7), 2548–1398. https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i7.4066

Budiman, M. S., Aldo, B. J., Sofwan, H., & Alexander, P. (2023). Model analysis of consumer behavior: Cultural factors, personal factors, and social factors on online store consumers (e-commerce). *Greenation International Journal of Economics and Accounting*, *1*(3), 362–371. https://doi.org/10.38035/gijea.v1i3.88

Cahyani, R. C., Safitri, M., Pakarti, P., & Puspitasari, D. (2025). Analisis literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi pada mahasiswa pengguna e-commerce. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, *5*(3), 6701–6721. https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i3.3932

Candra, K., Hadi, K., Setiawan, R. A., & Yustati, H. (2024). Korelasi antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dalam perspektif ekonomi syariah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *8*(2), 1220–1225. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1676

Devi Kusmiati, H. K. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa: Seberapa besar peran financial literacy, lifestyle, e-money, dan self-control? *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *6*(2), 1–13. https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/4977

Ermalina, F., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak perilaku konsumtif generasi Z dalam penggunaan digital payment dan literasi keuangan berdasarkan mental accounting: Sebuah studi fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, *12*(2), 163–171. https://doi.org/10.26740/akunesa

Hasanah, W., & Nurdin, R. (2019). Pengaruh literasi ekonomi, gaya hidup, konformitas, dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Lampung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Unila*, *7*(1), 41–47. https://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/E3J/article/view/21933

Hazizah, I. N., & Susilo, J. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonis dan uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah perspektif Maqashid Syariah. *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, *3*(4), 188–199. https://garuda.kemdiktisaintek.go.id

Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2023). Pengaruh media sosial dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada online shop. *Jambura Economic Education Journal*, *5*(1), 32–41. https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15215

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management (12th ed.).Pearson Education*.

Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi keuangan dan gaya hidup ibu rumah tangga dalam membentuk perilaku keuangan keluarga di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *13*(1), 123–144. https://doi.org/10.63604/vbgy6f04

Miftah, M. (2022). Teknologi informasi dan komunikasi untuk pendidikan sains dan kehidupan

masyarakat. *Jurnal Teknodik*, *13*(5), 177–186. https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.122

Muhammad Fikri, & Junaidi, A. (2024). Perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat Indonesia di era digital. *JUPSI: Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, *2*(1), 12–19. https://doi.org/10.62238/jupsi.v2i1.139

Murniatiningsih Endah. (2017). Pengaruh literasi ekonomi siswa, hasil belajar ekonomi, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa SMP negeri di Surabaya Barat. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *5*(1), 127–156. https://doi.org/10.26740/jepk.v5n1.p127-156

Nainggolan, H. (2022). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *5*(1), 810–826. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574

Nengsih, T. A., Rosdiana, & Firmansyah. (2024). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *8*(2), 27015–27022. https://jptam.org/index.php/jptam/

Nirmala, A. N., Agustina, Y., Subagyo, & Istanti, L. N. (2024). Pengaruh hedonic lifestyle, literasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan pada generasi Z dengan gender sebagai variabel moderasi. *JEAM*, *23*(2), 155–176. https://doi.org/10.19184/jeam.v23i2.48570

Nova, M. K. F. D., & Susilawati, E. (2022). Is consumptive behavior affected by lifestyle and conformity? Study at fashion community in Sukabumi. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, *2*(2), 146–156. https://doi.org/10.34010/jemba.v2i2.8190

Novianti, A. K., & Anasulloh, M. (2023). Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa semester VIII pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung tahun akademik 2022/2023. *Jurnal Economia*, *2*(9), 2386–2398. https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.818

Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas hedonis dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, *6*(3), 684–697. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj

Oktavia, S., & Arita, S. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 25184–25192. https://doi.org/10.69552/natuja.v2i2.1581

Pangestu, S. D., & Dra. Sri Suryoko, M. S. (2016). Pengaruh gaya hidup (lifestyle) dan harga terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Peacockoffie Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *5*(1), 63–70. https://doi.org/10.14710/jiab.2016.13599

Pratama, Y. I., & Santoso, A. B. (2024). The impact of hedonic lifestyle, financial literacy, and social environment on students' consumptive behaviour. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(2), 3190–3197. https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i2.5695

Putri, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya hidup mahasiswa pengidap fear of missing out di Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, *21*(2), 129–148. https://doi.org/10.14203/jmb.v21i2.867

Ristiliana, Damayanti, N., Salmiah, & Wati, I. (2024). Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *EKLEKTIK: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *7*(2), 143–151. https://doi.org/10.24014/ekl.v7i2.34385

Sabbina, B., Rustandi, M. H. M., Shalihah, N. R., Wijaya, N. A., & Supriyono. (2025). Gaya hidup konsumtif di era digital: Tantangan implementasi nilai-nilai Pancasila bagi mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *9*(3), 36755–36763. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.23351

Saragih, F. (2024). The self-regulated learning in Covid-19: Social cognitive theory. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, *11*(2), 124–133. http://journal.uny.ac.id/index.php/jppm

Saragih, F., Gie, E., & Simbolon, G. (2025). Revitalizing student entrepreneurship interest: Integrating entrepreneurship education, campus environment, and creativity. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, *15*(2), 113–125. https://doi.org/10.24036/jipe.v15.i2.2

Shaffiyah, Rini Puji Astuti, & Citra Dwi Puspita. (2025). Manajemen keuangan pribadi untuk mencapai stabilitas finansial dengan strategi menabung dan berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *2*(3), 88–94. https://doi.org/10.61722/jemba.v2i3.882

Wulandari, S. S., Muhlisin, M., Lizam, M., & Rohayati, S. (2026). The Influence Of Economic Literacy on Lifestyle , Consumption Patterns , and Consumption Behavior Through Income Levels Access to Success. *General Management*, *27*(210), 192. https://doi.org/10.47750/QAS/27.210.22

Yannesa, A., Huda, M., & Hidayati, N. (2025). Model perilaku konsumen berdasarkan faktor psikologis, ekonomi, sosial, dan budaya di Jawa Barat. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, *17*(2), 235–250. https://doi.org/10.37151/jsma.v17i2.256