

## PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENDAPATAN, KONTROL DIRI, GAYA HIDUP DAN INTENSITAS PENGGUNA MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS RIAU KEPULAUAN

Catur Fatchu Ukhriyawati<sup>1</sup>, Muharam<sup>2</sup>, Rizki Eka Putra<sup>3</sup>, Sri Mulyati<sup>4</sup>, Ravika Permata Hati<sup>5</sup>

<sup>1,4</sup>Prodi Bisni Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan

<sup>2</sup>Prodi Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Riau Kepulauan <sup>3,5</sup>Prodi

Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Riau Kepulauan

<sup>1</sup>[caturfu354@gmail.com](mailto:caturfu354@gmail.com), <sup>2</sup>[muharamvanreza6@gmail.com](mailto:muharamvanreza6@gmail.com), <sup>3</sup>[rizkiekaputra@gmail.com](mailto:rizkiekaputra@gmail.com),

<sup>4</sup>[sri@fekon.unrika.ac.id](mailto:sri@fekon.unrika.ac.id), <sup>5</sup>[ravika@fekon.unrika.ac.id](mailto:ravika@fekon.unrika.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial terhadap Perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Riau Kepulauan 3122 mahasiswa dengan penarikan sample berdasarkan metode random sampling menggunakan rumus slovin berjumlah 355 orang responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan ( $F_{hitung} 112.480 > F_{tabel} 2.24$ , signifikan  $0.000 < 0,05$ ). Secara parsial, setiap variabel independen (literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,786 menunjukkan hubungan positif antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,612 berarti 61,2% terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee sedangkan 38,8% dipengaruhi variabel lain diluar variabel independen yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sedangkan untuk nilai korelasi ( $R$ ) 0,786 yang berarti hubungan antara variabel Literasi keuangan, Pendapatan, Kontrol Diri, Gaya Hidup dan Intensitas Pengguna Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan sebesar 78,6% artinya hubungan yang dimiliki Erat.

**kata kunci** : Literasi Keuangan, Pendapatan, Kontrol Diri, Gaya Hidup, Intensitas Pengguna media sosial, Perilaku Konsumtif

### ABSTRACT

This research aims to determine the influence of financial literacy, income, self control, lifestyle and intensity of social media users on the consumer behavior of Shopee users among University of Riau Islands students. This research is a quantitative research with a research population approach of 3122 students at the University of Riau Islands with samples drawn based on the random sampling method using the Slovin formula, totaling 355 respondents. Data was collected through a questionnaire using a Likert scale technique and analyzed using multiple linear regression. The research results show that financial literacy, income, self-control, lifestyle and intensity of social media users simultaneously have a significant effect on the consumer behavior of Shopee users among University of Riau Islands students ( $F_{count} 112,480 > F_{table} 2.24$ , significant  $0.000 < 0.05$ ). Partially, each independent variable (financial literacy, income, self-control, lifestyle and intensity of social media users) also has a positive and significant effect on consumer behavior with a correlation coefficient ( $R$ ) of 0.786 indicating a positive relationship between the independent variable and the dependent variable. The adjusted  $R^2$  value of 0.612 means 61.2% of the consumer behavior of Shopee users, while 38.8% is influenced by other variables outside the independent variables which were not examined in this research. Meanwhile, the correlation value ( $R$ ) is 0.786, which means the relationship between the variables Financial Literacy, Income, Self-Control, Lifestyle and Intensity of Social Media Users on the Consumptive Behavior of Shopee users among University of Riau Islands students is 78.6%, meaning the relationship is close.

**Keywords**: Financial Literacy, Income, Self-Control, Lifestyle, Intensity of Social Media Users, Consumptive Behavior

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digitalisasi pada zaman sekarang ini menyebabkan banyak perubahan yang sangat pesat, seperti pada bidang teknologi. Adanya teknologi sebagai pemeran utama dalam mencapai sebuah persaingan bisnis seperti bisnis yang kecil maupun bisnis besar dan dapat dengan mudah untuk melakukan transaksi maupun melakukan komunikasi jarak jauh menggunakan teknologi internet. Pada dasarnya sebuah perusahaan yang masih menggunakan sebuah strategi lama maka akan tergantikan oleh sebuah pengusaha baru atau biasa disebut dengan *start up*, *start up* ini lebih dapat bersaing dengan hal baru dan sangat baik dalam segi pelayanan. Contohnya seperti terdapat pada bidang keuangan atau biasa disebut dengan *financial technology* (Simamora dkk, 2019).

Shopee merupakan *E-Commerce* (Jual beli *online*) berbasis aplikasi mobile yang sedang berkembang di Indonesia. Shopee memberikan tawaran jual beli *online* yang menyenangkan, gratis, dan *terpercaya* melalui perangkat android. Dengan aplikasi Shopee bisa mendaftarkan produk jualan dan berbelanja dengan berbagai penawaran menarik, harga termurah, dan gratis ongkir keseluruh Indonesia. Shopee masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi di Indonesia pada akhir bulan Juni 2015. Saat ini shopee sudah di *download* lebih dari 100 juta pengguna dengan rating dan ulasan lebih dari 10 juta oleh pengguna.

**Tabel 1**  
 Jumlah Kunjungan Ke 5 Situs *E-Commerce* Terbesar di Indonesia  
 ( Januari-September 2023)

E-Commerce	Januari 2023 (Juta )	Maret 2023 (Juta )	Mei 2023 (Juta)	Juli 2023 (Juta)	September 2023 (Juta)
Shopee	171,3	159	161,2	199,9	237
Tokopedia	128,1	114,9	106,4	102,6	88,9
Lazada	91,2	84,3	70,7	63,4	47,7
Blibli	28,6	24,5	24,4	28	28,9
Bukalapak	20	17,1	17,3	13	11,3

Sumber : *Similarweb* (2024)

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh intensitas pengguna media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

- Kepulauan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

## KAJIAN TEORI

### Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Dikria (2016) mengatakan bahwa Perilaku konsumtif sebagai tindakan menggunakan produk secara tidak tuntas, seperti sebelum produk habis dipakai seseorang sudah melakukan pembelian produk yang sejenis dari merek yang lain, membeli produk karena ditawarkan suatu hadiah, dan membeli barang karena mengikuti orang lain. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli, mengkonsumsi atau dikarenakan masyarakat memiliki kecenderungan materialistis, hasrat yang begitu besar untuk mempunyai barang-barang tanpa memikirkan dengan baik kebutuhannya serta sebagian besar pembelian dilakukan berdasarkan kemauan untuk terpenuhinya hasrat kesenangan semata.

### Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan hal yang paling penting bagi setiap individu dalam kaitannya dengan pengelola finansial atau pendapatan yang dihasilkan oleh individu untuk menjaga kesejahteraan mereka dimasa depan. Untuk mencapai kemakmuran maka diperlukan pengelolaan keuangan yang baik, karena keuangan adalah asset yang melekat dalam setiap kehidupan. Pengetahuan tentang keuangan sangat penting bagi individu untuk menghindari salah Langkah dalam mengambil keputusan keuangan nantinya, Margaretha dan Pamudhi (2015).

### Pendapatan

Menurut Alexander dan Pamungkas (2019), pendapatan itu *income* yang tidak hanya berasal dari gaji namun ada banyak jenis pendapatannya seperti bonus, komisi, tunjangan, pensiun dan lainnya. Mayoritas uang berasal dari sumber lainnya, sehingga opini tidak smata- mata berasal dari gaji dan upah.

### Kontrol Diri

Menurut Goleman (dalam Wulandari, 2018) mendefinisikan kontrol diri sebagai *managing or keeping disruptive emotions and impulses in check effectively*. Kontrol diri yang dimaksud ialah proses mengelola atau menjaga emosi-emosi yang mengganggu atau menghambat dan impuls-impulsnya secara benar dan efektif. Menurut Calhoun dan Acocella (dalam Wulandari, 2018).

### Gaya Hidup

Kusnandar & Kurniawan (2020), menjelaskan bahwa *lifestyle* berdampak positif terhadap perilaku keuangan, dikarenakan kemampuan seseorang dalam mengontrol waktu serta keuangan untuk membeli apa yang diperlukan serta menyampingkan keinginan. Seseorang bisa mengendalikan gaya hidup mereka jika mereka bisa mengontrol pola hidupnya dan menggunakan uangnya dengan baik, sehingga tidka terlalu berlebihan dalam megikuti *trend* yang sedang berkembang setiap saat. Maka gaya hidup berlebihan seperti itu harus dirubah. Selain itu semua orang bisa membatasi intraksi sosial mereka, dengan begitu mereka dapat mengontrol uangnya dan memanfaatkan waktu mereka dengan baik tanpa melihat perubahan *trend* yang sendag berkembang.

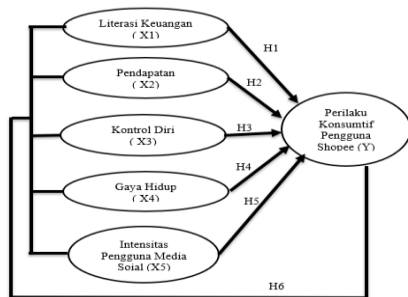
### Intensitas Pengguna Media Sosial

Menurut Laila (2014) intensitas menggunakan media sosial merupakan tingkat keseringan individu saat mengakses atau menggunakan media sosial. Al Aziz (2020) mendefinisikan intensitas pengguna media sosial sebagai

kuantitas perhatian dan minat individu dalam memanfaatkan media sosial yang diukur dengan kedalaman atau kekuatan penggunaan media sosial.

**Kerangka Berfikir**

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang disajikan diatas, maka penelitian merupakan kerangka berpikir sebagai berikut :



**Gambar. 1 Kerangka Berpikir**

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

**Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan sementara yang diungkapkan secara deklaratif yang menjadi jawaban dari sebuah permasalahan. Pernyataan tersebut diformulasikan dalam bentuk variabel agar bisa diuji secara empiris. Hipotesis merupakan identik dari perkiraan atau prediksi. Dari sebuah hipotesis maka akan menimbulkan suatu prediksi, karna prediksi adalah hasil yang diharapkan diperoleh dari hipotesis.

1. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
2. Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
3. Kontrol Diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
4. Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna

*Shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

5. Intensitas media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
6. Literasi Keuangan, Pendapatan, Kontrol Diri, Gaya Hidup, dan Intensitas pengguna media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee* pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

**METODOLOGI PENELITIAN**

**Jenis dan Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan penulis untuk penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif korelasional. Menurut Yusuf (2014) penelitian korelasional merupakan suatu metode penelitian yang melihat hubungan antara satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel yang lain atau variabel terikat.

**Populasi dan Sample**

Dalam penelitian ini populasi yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa Universitas Riau Kepulauan dengan jumlah populasi sebanyak 3122 mahasiswa. Dalam pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik *Random Sampling* dan menggunakan rumus slovin dapat dihasilkan jumlah sampelnya adalah 355 mahasiswa.

**Metode Analisis Data**

Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model dalam penelitian ini adalah

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 +$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee  
 $\beta_0$  = Konstanta  
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = Koefisien regresi berganda  
 X1 = Literasi Keuangan

X2 = Pendapatan  
 X3 = Kontrol Diri  
 X4 = Gaya Hidup  
 X5 = Intensitas Pengguna Media Sosial  
 $\epsilon$  = Standar Error

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari data yang ditabulasikan dan kemudian diolah dengan alat uji statistik maka dapat diketahui hasilnya pada penjelasan selanjutnya. Dari hasil olahan data untuk uji validitas setiap pernyataan pada variabel bebas dan terikat diperoleh hasil nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel 0,361 sehingga dinyatakan valid dan reliabilitas setiap pernyataan valid memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 sehingga dinyatakan reliabel. Dari hasil uji validitas dan reliabel dapat disimpulkan bahwa data dapat dilanjutkan untuk proses pengujian selanjutnya.

### Uji Analisis Data

#### Uji Normalitas

Tabel 2 Uji Normalitas

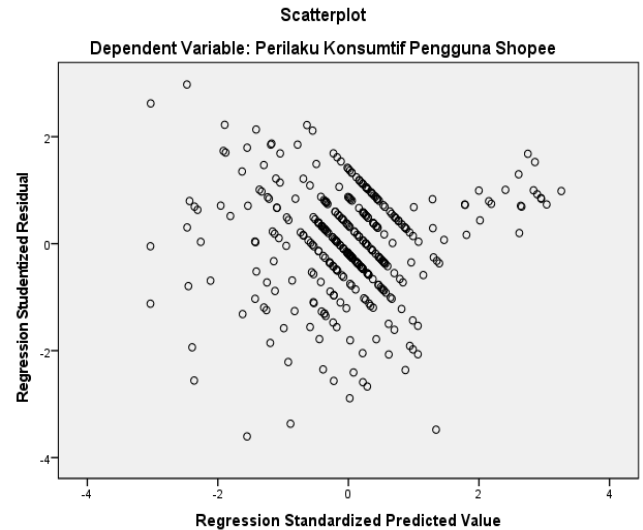
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		355
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,88734832
	Absolute	,071
Most Extreme Differences	Positive	,040
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		1,341
Asymp. Sig. (2-tailed)		,055

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas sebesar 1.341 dan nilai signifikansi ( $p$ ) adalah sebesar 0.55 lebih dari 0.05 ( $p > 0.05$ ), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari

data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

### Uji Heteroskedastisita



Berdasarkan dari hasil output gambar grafik yang diperoleh, menunjukkan bahwa titik-titik telah menyebar merata dibawah nilai 0 dan diatas nilai 0, sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model yang diajukan dalam penelitian.

### Uji Multikolineritas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolineritas

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,270	,205		
Literasi Keuangan	14,489	,000	,677	1,477
Pendapatan	2,343	,020	,705	1,419
Kontrol Diri	2,046	,042	,680	1,471
Gaya Hidup	1,989	,047	,796	1,256
Intensitas Pengguna Media Sosial	4,963	,000	,609	1,642

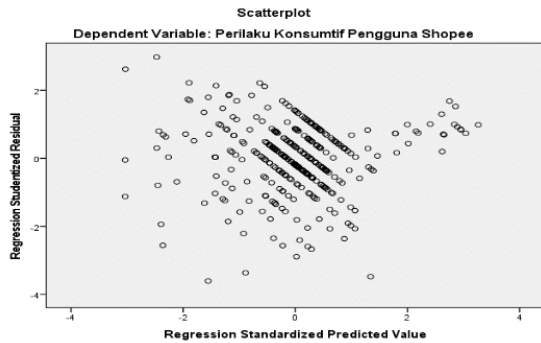
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini tidak

terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi karena semua variabel memiliki nilai VIF < 10 dan angka *Tolerance* > 0,1.

### Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4. Grafik Histogram Scatter plot**

Berdasarkan dari hasil output gambar grafik yang diperoleh, menunjukkan bahwa titik-titik telah menyebar merata dibawah nilai 0 dan diatas nilai 0, sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model yang diajukan dalam penelitian.

### Uji Hipotesis Penelitian

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel diatas perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program *computer* SPSS 25 didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = a + BX_1 + BX_2 + BX_3 + BX_4$$

$$Y = 1.839 + 0,568X_1 + 0,109 X_2 + 0,090 X_3 + 0,80 X_4 + 0,168 X_5$$

### Uji t (Uji Parsial)

**Tabel 4**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	1,839	1,448		1,270 ,205
Literasi Keuangan	,568	,039	,583	14,48 ,000
Pendapatan	,109	,046	,092	2,343 ,020
Kontrol Diri	,090	,044	,082	2,046 ,042
Gaya Hidup	,080	,040	,074	1,989 ,047
Intensitas Pengguna Media Sosial	,168	,034	,211	4,963 ,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee

Dari tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikan pada masing-masing variabel independen yaitu literasi keuangan (x1), pendapatan(x2), kontrol diri(x3), gaya hidup(x4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

### Uji F (Simultan)

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Simultan (F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2032,008	5	406,402	112,480	,000 <sup>b</sup>
Residual	1260,978	349	3,613		
Total	3292,986	354			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee

a. Predictors: (Constant), Intensitas Pengguna Media Sosial , Gaya Hidup, Pendapatan, Kontrol Diri, Literasi Keuangan

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil uji simultan ( Uji F) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  , dan nilai  $F_{hitung} 112,480 > F_{tabel} 2,24$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial berpengaruh positif secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 6**

**Hasil Regresi Berganda Model Summary Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786 <sup>a</sup>	.617	.612	1.90082	1.921

- a. Predictors: (Constant), Intensitas Pengguna Media Sosial , Gaya Hidup, Pendapatan, Kontrol Diri, Literasi Keuangan
- b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)  
 Berdasarkan tabel 6 diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,612 (61,2%). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial, secara bersamaan berpengaruh sebesar 61,2% terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee, sedangkan 38,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel independen yang tidak diteliti pada penelitian.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.**

Berdasarkan hasil analisa regresi uji T (parsial) dapat dilihat nilai signifikansi literasi keuangan (X1) sebesar 14,489 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini

berarti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel} (14,489 > 1,97)$  dan taraf signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

**Pengaruh pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.**

Berdasarkan hasil analisa uji T (parsial) dapat dilihat nilai signifikansi pendapatan (X2) adalah sebesar 2,343 dengan signifikansi sebesar 0,20 Hal ini berarti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel} (2,343 > 1,97)$  dan taraf signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,020 < 0,05$ ).

**Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.**

Berdasarkan hasil analisa regresi uji T (parsial) dapat dilihat nilai signifikansi kontrol diri (X3) adalah sebesar 2,046 dengan signifikansi sebesar 0,042  $< 0,05$

**Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan**

Berdasarkan hasil analisa regresi uji T (parsial) dapat dilihat nilai signifikansi gaya hidup (X4) adalah sebesar 1,989 dengan signifikansi sebesar 0,047. Hal ini berarti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel} (1,989 > 1,97)$  dan taraf signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,047 < 0,05$ ).

**Pengaruh Intensitas Pengguna Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan**

Berdasarkan hasil analisa regresi uji T (parsial) dapat dilihat nilai signifikansi gaya hidup (X5) adalah sebesar 4,963 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel} (4,963 > 1,97)$  dan taraf signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

**Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Kontrol Diri, Gaya Hidup dan Intensitas Pengguna Media Sosial Terhadap Perilaku**

### **Konsumtif Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.**

Berdasarkan hasil uji simultan ( Uji F) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $F_{hitung} 112,48 > F_{tabel} 2,24$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, gaya hidup dan intensitas pengguna media sosial berpengaruh positif secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan.

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
2. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
3. Kontrol Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
4. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
5. Intensitas Pengguna Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.
6. Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Kontrol diri, Gaya Hidup dan Intensitas Pengguna media sosial secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee pada

mahasiswa Universitas Riau Kepulauan.

### **SARAN**

Setelah mempelajari seluruh proses penelitian yang menyangkut seluruh permasalahan yang diuji maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Universitas dapat memperkuat program literasi keuangan bagi mahasiswa melalui seminar, workshop, dan kursus online yang fokus pada pengelolaan keuangan pribadi dan investasi.
2. Untuk mengelola pendapatan dengan baik, penting untuk membuat anggaran dan mematuhi. Selain itu, memiliki sumber pendapatan tambahan juga dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan.
3. Program pembinaan dan pelatihan kontrol diri dapat diadakan untuk membantu mahasiswa dalam mengelola perilaku konsumtif mereka. Teknik seperti mindfulness dan self-regulation dapat diajarkan untuk meningkatkan kontrol diri.
4. Universitas mengadakan kegiatan atau seminar yang membahas pentingnya gaya hidup yang sehat secara finansial dan mengajarkan mahasiswa untuk membuat pilihan konsumsi yang lebih bijak. Kampanye tentang gaya hidup minimalis dan berkelanjutan juga dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif.
5. Untuk mengendalikan intensitas penggunaan media sosial, penting untuk menetapkan batasan penggunaan media sosial setiap hari. Selain itu, mengambil istirahat secara teratur dari media sosial juga dapat membantu.
6. Untuk mengendalikan perilaku konsumtif, penting untuk memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Selain



itu, memanfaatkan fitur daftar belanja atau keranjang belanja untuk "menunda" pembelian dan memberikan waktu untuk memikirkan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan juga dapat membantu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al Aziz, A. A (2020). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*. 2 (2), 92-107.
- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Pengendalian Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol 1, No. 1, 17-30.
- Baroroh, M. A. (2019). "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Santri Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Butarbutar, G. R., Widayatsari, A., & Aqualdo, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas Di Kota Tebing Tinggi. *JOM FEKON*, Vol 4, No. 1, 619-633.
- Dikria, O., & Sri, W. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol, 09. No.2
- Dini, A. N. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis Serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 30-40.
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto, S. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghufroon, M. N., & Risnawati, R. (2016). *Teori-teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Graha Ilmu. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, Vol 4, No. 2, 23-35.