

Ekonomi Muda, Konsumsi Bijak: Pengaruh Literasi Ekonomi, *Lifestyle*, dan Faktor Sosial Ekonomi terhadap Tren *Consumptive Behavior*

Aisyatur Rodiyah ¹, Sugeng Pradikto ²

^{1,2} Universitas PGRI Wiranegara, Indonesia

Email: ¹ aisyaturodiyah812@gmail.com, ² sugengpradikto.stkip@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the influence of economic literacy, Lifestyle, and socio-economic factors on the consumptive behaviour of students in the Economics Education Study Program at Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. The research method used is quantitative with a survey approach, where data is collected through questionnaires covering the variables of economic literacy, Lifestyle, and socio-economic factors. The results of the study indicate that economic literacy has a significant impact on helping students manage their finances wisely. The higher the students' economic literacy, the better they are at planning and managing their expenses, thus avoiding unnecessary consumptive behaviour. Students' Lifestyle s, influenced by social trends, also play a significant role, with many students engaging in excessive spending to follow trends. Additionally, socio-economic factors, such as family background, also affect students' consumption patterns. Students from higher economic backgrounds tend to have better financial capabilities but are also more prone to consumptive behaviour. Simultaneously, these three variables have a strong influence on students' consumptive behaviour. This study suggests that students improve their economic literacy, manage their Lifestyle more wisely, and consider socio-economic factors to reduce uncontrolled consumptive behaviour.*

Kata Kunci: *Economic Literacy, Lifestyle, Socioeconomic Factors, Consumptive Behavior*

Sitasi:

Rodiyah, A., & Pradikto, S. (2025). Young Economy, Wise Consumption: The Influence of Economic Literacy, Lifestyle, and Socio-Economic Factors on Consumptive Behavior Trends. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 86–91. <https://doi.org/10.62759/jsjer.v4i1.171>

Pendahuluan

Globalisasi yang didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat. Dalam bidang ekonomi, globalisasi ditandai dengan semakin tipisnya batas investasi dan pasar, diiringi oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang mengikuti tren global. Hal ini juga berdampak pada mahasiswa, yang sering terpengaruh gaya hidup konsumtif. Mahasiswa, sebagai kelompok pemuda yang tengah beranjak dewasa, memiliki kebutuhan dasar seperti alat tulis, buku, biaya transportasi, dan biaya makan. Namun, perilaku konsumsi mereka sering kali lebih dipengaruhi oleh keinginan daripada kebutuhan. Banyak mahasiswa membeli barang-barang mewah hanya untuk memenuhi hasrat pribadi atau mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kemampuan ekonomi (Apriliani et al., 2024). Perilaku konsumtif mahasiswa muncul karena beberapa faktor, seperti pengaruh teman sebaya, daya tarik produk, gengsi, dan harga barang. Sering kali, mereka tidak berpikir rasional dalam membeli barang, sehingga terjadi pemborosan yang tidak sesuai dengan kondisi ekonomi mereka. Kebiasaan ini diperburuk oleh gaya hidup modern yang cenderung mendorong konsumsi berlebihan (Agusti & Gultom, 2019).

Di sisi lain, rendahnya literasi ekonomi menjadi penyebab utama perilaku konsumtif. Mahasiswa sering kali tidak memahami cara mengelola keuangan dengan baik, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan. Padahal, literasi ekonomi dapat membantu mereka berpikir rasional dalam mengatur pengeluaran, sehingga mampu mengendalikan perilaku konsumtif. Literasi ekonomi mengajarkan pentingnya memahami manfaat dan biaya suatu barang sebelum membeli. Mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi yang baik akan lebih mampu mengatur keuangan, memprioritaskan kebutuhan, dan menahan diri dari pembelian impulsif. Hal ini menjadi penting, terutama di masa pandemi, di mana belanja online meningkat signifikan (Nurjanah, 2019). Literasi ekonomi adalah suatu kondisi yang dimana telah menggambarkan seseorang untuk dapat memahami permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga mampu melaksanakan kegiatan ekonomi dengan benar (Pristian, 2016).

Economic literacy yang direfleksikan pada perilaku ekonomi mahasiswa dalam perspektif ilmu ekonomi termasuk perilaku ekonomi yang dalam kegiatan utamanya adalah melaksanakan tindakan konsumsi untuk

Article Info

Received: 02 Januari 2025

Accepted: 02 Februari 2025



Journal of Science and Education Research is licensed under a Creative Commons Attribution - Share Alike 4.0 International License.

selalu bersikap rasional (Oktavia & Arita, 2023). Perilaku konsumtif mahasiswa juga dipengaruhi oleh status sosial ekonomi keluarga. Mahasiswa dari keluarga dengan ekonomi menengah ke atas cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan mereka yang berasal dari keluarga ekonomi menengah ke bawah. Perbedaan ini menunjukkan pentingnya kontrol diri dalam mengelola keuangan, terlepas dari latar belakang ekonomi. Status ekonomi orang tua adalah latar belakang keadaan ekonomi keluarga atau orang tua yang diukur berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat pendapatan, tingkat kekuasaan, tingkat konsumsi (Marvelino et al., 2023).

Gaya hidup atau *Lifestyle* juga menjadi faktor penting dalam perilaku konsumsi mahasiswa. *Lifestyle* mencerminkan pola hidup seseorang yang diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opini (Marsela et al., 2020). Pada mahasiswa, *Lifestyle* sering kali berubah karena dorongan untuk memiliki barang-barang mewah yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki *Lifestyle* yang berbeda (Marvelino et al., 2023).

Lifestyle seseorang didunia yang dapat dilihat dalam aktivitas, minat, dan opininya, dengan kata lain *Lifestyle* seseorang dapat dilihat dalam aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang ia dipikirkan untuk dirinya dan dunia luar (Oktavia & Arita, 2023). Untuk mengurangi perilaku konsumtif, mahasiswa perlu meningkatkan kontrol diri. Pengendalian diri yang baik memungkinkan seseorang menahan keinginan berlebihan dan lebih fokus pada kebutuhan utama. Selain itu, literasi ekonomi dapat memberikan wawasan dalam menentukan prioritas pengeluaran (Apriliani et al., 2024).

Dengan mempelajari literasi ekonomi, mahasiswa diharapkan mampu mengelola keuangan secara bijak. Mereka dapat mengurangi pengeluaran yang tidak diperlukan, menghindari pemborosan, dan fokus pada pengeluaran yang benar-benar mendukung tujuan Pendidikan (Iskandar & Rahmayanti, 2018). Kesimpulannya, literasi ekonomi dan kontrol diri adalah kunci dalam menghadapi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan pemahaman yang baik tentang keuangan, mahasiswa dapat mengelola pengeluaran mereka secara rasional dan tidak terjebak dalam gaya hidup boros. Ini penting untuk menciptakan generasi muda yang lebih bijak dan bertanggung jawab dalam aspek ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor terhadap perilaku konsumtif (*consumptive behavior*) mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. Rumusan masalah yang diangkat meliputi beberapa aspek utama, yaitu apakah literasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sejauh mana gaya hidup (*Lifestyle*) berkontribusi dalam mendorong perilaku konsumtif, dan bagaimana faktor sosial ekonomi mahasiswa memengaruhi tingkat konsumsi mereka. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui apakah ketiga faktor tersebut, yaitu literasi ekonomi, gaya hidup, dan faktor sosial ekonomi, memiliki pengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban empiris atas pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan. Penelitian ini secara spesifik ingin mengidentifikasi dan mengukur pengaruh masing-masing faktor, baik literasi ekonomi, gaya hidup, maupun faktor sosial ekonomi, terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Lebih jauh, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh gabungan atau simultan ketiga faktor tersebut dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait dinamika perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak kampus, dosen, dan mahasiswa sendiri untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi ekonomi, mengarahkan gaya hidup yang lebih rasional, serta memahami dampak dari faktor sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini digunakan karena penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh langsung antara variabel pengaruh antara variabel bebas, variabel yang mempengaruhi, dan variabel terikat dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui instrumen berupa angket kuesioner. Teknik analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik untuk mengukur signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebelum menganalisis data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen yang digunakan. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam instrumen dapat mengukur aspek yang diharapkan. Kriteria validitas didasarkan pada nilai korelasi antara skor butir dengan skor total, di mana r hitung $>$ r tabel atau nilai signifikansi $<$ 0.05. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item, baik untuk variabel bebas (X) maupun variabel terikat (Y), memiliki nilai r hitung yang lebih besar r tabel (0.2227 pada $df = 76$, $\alpha = 0.05$) dengan demikian, semua item dinyatakan valid.

Hasil dan Pembahasan

Menuliskan Ilmu ekonomi sangat penting untuk bertindak sesuai pengetahuan yang didapatnya dalam proses belajar sehingga dapat mengambil keputusan yang bijak dalam berkonsumsi (Drifanda dalam Oktavia & Arita, 2023)). Literasi ekonomi didefinisikan kondisi yang menggambarkan orang yang memiliki pemahaman yang baik tentang masalah ekonomi dasar dan mampu melakukan kegiatan ekonomi dengan benar. Dibidang ekonomi, siswa memiliki pedoman untuk memutuskan barang dan jasa mana yang akan dibeli (Islamiah, 2022). Mahasiswa yang memiliki pengetahuan ekonomi dapat menentukan prioritas dalam memilih barang dan jasa untuk dikonsumsi (Abdurrohman, 2023).

Indikator orang yang memiliki literasi ekonomi yaitu: (1) Pemahaman terhadap kebutuhan; Indikator ini mencakup kemampuan individu untuk mengidentifikasi dan membedakan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Memiliki pemahaman yang baik tentang kebutuhan membantu individu dalam mengalokasikan sumber daya finansial mereka dengan lebih efektif, fokus pada hal-hal yang benar-benar penting untuk memenuhi kebutuhan dasar. (2) Pemahaman terhadap kelangkaan; Kelangkaan adalah konsep ekonomi yang menyatakan bahwa sumber daya atau barang tertentu terbatas sementara kebutuhannya tidak terbatas. Pemahaman terhadap kelangkaan membantu individu untuk menghargai nilai dan pengelolaan sumber daya secara bijaksana, serta mempertimbangkan pilihan dan konsekuensi dari setiap keputusan ekonomi yang mereka buat. (3) Pemahaman terhadap prinsip ekonomi; Prinsip-prinsip ekonomi meliputi konsep-konsep seperti biaya *opportunity* (kesempatan biaya), manfaat marjinal (*marginal benefit*), dan biaya marjinal (*marginal cost*). Pemahaman yang baik tentang prinsip ekonomi membantu individu dalam mengukur dan mengevaluasi keputusan finansial mereka dengan lebih tepat, serta memaksimalkan keuntungan atau manfaat dari pengeluaran yang dilakukan. (4) Pemahaman terhadap motif ekonomi; Ini mengacu pada pemahaman individu tentang alasan di balik perilaku ekonomi, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumsi dan investasi. Memahami motif ekonomi membantu individu untuk memprediksi dan merencanakan perilaku ekonomi mereka sendiri, serta beradaptasi dengan perubahan kondisi ekonomi dan sosial. (5) Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi; Indikator ini mencakup pengetahuan tentang proses pengambilan keputusan konsumsi, termasuk evaluasi produk atau layanan, perbandingan harga, dan pertimbangan terhadap kebutuhan dan preferensi pribadi. Memiliki pemahaman yang baik tentang kegiatan konsumsi membantu individu untuk memilih produk atau layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka, serta mengelola anggaran secara efisien (Marvelino et al., 2023).

Selanjutnya terdapat gaya hidup, yang Dimana Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Sulistiyawati, 2019). Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda (Marvelino et al., 2023). Gaya hidup seseorang didunia yang dapat dilihat dalam aktivitas, minat, dan opininya, dengan kata lain gaya hidup seseorang dapat dilihat dalam aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang ia dipikirkan untuk dirinya dan dunia luar (Oktavia & Arita, 2023).

Adapun indikator dari gaya hidup yaitu: (1) *Activity* (kegiatan) yaitu bagaimana mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeliatau digunakan, apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang, jenis produk atau layanan yang mereka beli atau gunakan, serta bagaimana mereka mengekspresikan diri melalui aktivitas tersebut. Misalnya, aktivitas dapat mencakup hobi, olahraga, atau kegiatan sosial yang mereka ikuti. (2) *Interest* (minat) yaitu mengemukakan apa yang menjadi minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Hal ini mencakup minat dalam bidang tertentu, seperti seni, teknologi, atau alam, serta preferensi mereka terhadap merek atau produk yang konsisten dengan minat pribadi mereka. Minat juga dapat mencakup preferensi terhadap gaya hidup tertentu atau nilai-nilai yang dipegang oleh individu. (3) *Opinion* (opini) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal dan oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi jalannya tindakan alternatif (Oktavia & Arita, 2023).

Faktor sosial ekonomi orang tua juga mengambil peran yang cukup penting dalam Consumptive Behavior mahasiswa, mahasiswa yang terlahir dari orang tua yang memiliki status ekonomi menengah ke atas biasanya Consumptive Behaviornya akan lebih besar, berbanding terbalik dengan mahasiswa yang terlahir dari orang tua yang memiliki status ekonomi menengah kebawah biasanya mereka akan cenderung kecil untuk ber-Consumptive Behavior (Eliza et al., 2023). Status sosial ekonomi orang tua adalah latar belakang keadaan ekonomi keluarga atau orang tua yang diukur berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat pekerjaan, tingkat pendapatan, tingkat kekuasaan, tingkat konsumsi (Marvelino et al., 2023).

Berikut adalah indikator dari status sosial ekonomi: (1) Pendidikan adalah suatu proses belajar yang dilakukan seseorang dengan harapan memperoleh ilmu selingga dapat meningkatkan taraf hidup seseorang (Eliza et al., 2023). (2) Pekerjaan akan menjadi tolak ukur setiap orang untuk melihat status sosial dari sebuah keluarga. Pekerjaan terbagi atas empat jenis yaitu: PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha, dan Mahasiswa atau pelajar (Sunyoto dalam Eliza et al., 2023). (3) Pendapatan adalah pemasukan yang diterima seseorang karena

telah memberikan jasa atau melakukan suatu pekerjaan. Seseorang yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi akan membelanjakan pendapatannya secara berlebih, sedangkan seseorang yang memiliki pendapatan lebih rendah akan memprioritaskan kebutuhan yang memang harus segera dipenuhi (Suwarnan dalam Eliza et al., 2023). (4) Tingkat konsumsi, setiap individu atau kelompok memiliki tingkat konsumsi yang berbeda-beda, tingkat konsumsi seseorang biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, faktor selera, faktor sosial ekonomi, faktor pendapatan, dan faktor gaya hidup Hal ini yang menyebabkan perbedaan tingkat konsumsi pada seseorang atau kelompok (Widodo dalam Eliza et al., 2023). (5) Kepemilikan harta benda seseorang dipengaruhi oleh ofelipendapatan, semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin besar peluang seseorang tersebut memiliki harta benda yang banyak dan semakin berpeluang untuk masuk dalam kategori kelas atas (Widodo dalam Eliza et al., 2023).

Consumptive Behavior adalah kecenderungan seseorang untuk mengkonsumsi tanpa batas. Orang lebih tertarik pada faktor emosional daripada perilaku rasional dan lebih mementingkan keinginannya dari pada kebutuhannya. Artinya produk tersebut tidak terpakai seseorang telah menggunakan atau mungkin dirujuk ke merk lain dari jenisproduk yang sama, atau membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan, atau hanya karena banyak orang yang menggunakan barang tersebut (Eliza et al., 2023). Pengendalian diri adalah tindakan seorang individu dalam mengendalikan kebiasaan, dorongan, emosi, dan keinginan yang bertujuan untuk mengarahkan perilakunya. Hal ini membuktikan bahwa seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mampu mengendalikan dirinya untuk tidak ber-*Consumptive Behavior* atau lebih rasional dalam mengelola keuangannya (Apriliani et al., 2024).

Adapun indikator orang yang ber-*Consumptive Behavior* yaitu: (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah; (2) Membeli produk karena kemasannya menarik; (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri yang dangengsi, (4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya); (5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status; (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; (7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) (Oktavia & Arita, 2023).

Dalam penelitian ini diuji validitas dan realibilitas untuk mengetahui seberapa pengaruh literasi ekonomi, *Lifestyle*, dan faktor sosial terhadap tren consumer behavior. Peneliti menyebar kuisioner yang akan diisi oleh responden yaitu kalangan mahasiswa yang kemudian data yang didapat dengan bantuan alat statistik sehingga mampu menggambarkan dan menjelaskan pengaruh literasi ekonomi, *Lifestyle*, dan faktor sosial ekonomi terhadap *consumptive behavior*.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Ekonomi (X1)

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig. 0,05	Ket.
X1.1	0,910419	0,4329	0,000	Valid
X1.2	0,885522	0,4329	0,000	Valid
X1.3	0,80424	0,4329	0,000	Valid
X1.4	0,68925	0,4329	0,000	Valid
X1.5	0,87492	0,4329	0,000	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel *Lifestyle* (X2)

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig. 0,05	Ket.
X2.1	0,804615	0,4329	0,000	Valid
X2.2	0,892096	0,4329	0,000	Valid
X2.3	0,814984	0,4329	0,000	Valid
X2.4	0,831984	0,4329	0,000	Valid
X2.5	0,952786	0,4329	0,000	Valid
X2.6	0,875099	0,4329	0,000	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Ekonomi (X3)

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig. 0,05	Ket.
X3.1	0,887553	0,4329	0,000	Valid
X3.2	0,488762	0,4329	0,000	Valid
X3.3	0,720951	0,4329	0,000	Valid
X3.4	0,885941	0,4329	0,000	Valid
X3.5	0,781177	0,4329	0,000	Valid
X3.6	0,862468	0,4329	0,000	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Consumptive Behavior (Y)

No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig. 0,05	Ket.
Y1	0,681363	0,4329	0,000	Valid
Y2	0,807357	0,4329	0,000	Valid
Y3	0,831187	0,4329	0,000	Valid
Y4	0,805465	0,4329	0,000	Valid
Y5	0,742694	0,4329	0,000	Valid
Y6	0,913105	0,4329	0,000	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Var.	Nilai Cronbach Alpha	Standar Nilai Cronbach Alpha	Ket.
X1	0,893	0,600	Reliabel
X2	0,781	0,600	Reliabel
X3	0,733	0,600	Reliabel
Y	0,886	0,600	Reliabel

Dari uji tersebut dapat diketahui bahwa literasi ekonomi, *Lifestyle*, dan faktor sosial ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (*consumptive behavior*) di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi ketiga variabel tersebut tidak lebih dari 0,05, sehingga semua variabel dinyatakan valid dan saling berpengaruh satu sama lain. Selain itu, dalam uji reliabilitas, diperoleh nilai lebih besar dari 0,600 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas ini menegaskan bahwa literasi ekonomi, *Lifestyle*, dan faktor sosial ekonomi berkontribusi besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai ketiga variabel ini sangat diperlukan untuk membantu mahasiswa mengelola perilaku konsumtif secara lebih bijak, sehingga mampu menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan dengan mempertimbangkan faktor rasionalitas dan kemampuan ekonomi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap fenomena yang diteliti, diperoleh beberapa temuan penting. Pertama, literasi ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dengan literasi ekonomi yang baik cenderung mampu mengelola keuangan dengan bijak, memprioritaskan kebutuhan, dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Kedua, gaya hidup (*Lifestyle*) juga secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif. Mahasiswa yang terpapar tren atau tekanan sosial lebih cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang tidak rasional. Ketiga, faktor sosial ekonomi, seperti tingkat pendapatan keluarga, juga berkontribusi dalam menentukan pola konsumsi mahasiswa. Mahasiswa dari keluarga dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah lebih bijak dalam mengelola pengeluaran dibandingkan dengan mahasiswa dari keluarga ekonomi menengah ke atas. Terakhir, uji simultan menunjukkan bahwa literasi ekonomi, gaya hidup, dan faktor sosial ekonomi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Interaksi antara ketiga faktor ini menjelaskan sebagian besar pola konsumsi mahasiswa yang menjadi subjek penelitian. Temuan ini mengindikasikan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, kontrol terhadap gaya hidup, dan pemahaman kondisi ekonomi dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional.

Referensi

- Abdurrohman. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. *Natuja: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 99–105.
- Agusti, I. S., & Gultom, N. D. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Niaga*, 8(2), 102–107. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14258>
- Apriliansi, A., Efendi, B., Nurhayati, E. C. (2024). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Manajemen (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Sains Al-Qur'an). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(2), 63–68.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3(2), 49–58.
- Eliza, Z., Ulya, Z., & Syafriani, N. (2023). Pengaruh Pengelolaan dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Langsa. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 27–41. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i2.723>
- Iskandar, I., & Rahmayanti, R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Literasi Ekonomi

- terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 93–104. <https://doi.org/10.17509/jimb.v9i2.19749>
- Islamiah, M. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Berbelanja Online Padamasa Pandemi Covid 19. *Skripsi*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Marsela, Y., Rusno, R., & Walipah, W. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi, Pengelolaan uang saku, Dan Kontrol Diri Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 52–58. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i1.4395>
- Marvelino, Y. B, Prayogi, N. A, Saifulloh, Y. W, Prakosa, A. S, Permana, G. S, Meliana, P., Sari, A. F, & Pratiwi, L. D (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi UNNES 2023. *Jurnal Potensial*, 2(2), 136–144.
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Parameter: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>
- 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.
- Sulistiyawati, I. M. (2019). Pengaruh Teman Sebaya, Penggunaan Mediasosial, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan Ipsdi Sma Kesatrian 1 Semarang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.