

Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Rohmat Nur Alim¹, Rispantyo²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia^{1,2}

Corresponding Author: rohmatnuralim5@gmail.com^{1*}

Info Artikel

Submitted: 01 Maret 2026

Revised: 05 Maret 2026

Accepted: 10 Maret 2026

Published: 18 Maret 2026

Keywords: Peers; Financial Literacy; Self-Control; E-Money; Consumptive Behavior Students

Kata Kunci: Teman Sebaya; Literasi Keuangan; Kontrol Diri; E-Money; Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Abstract

This study aims to determine the influence of peer influence, financial literacy, self-control, and e-money use on student consumer behavior. The study used a quantitative approach with a survey method. The sample consisted of 65 students from the Faculty of Economics and Business, Slamet Riyadi University, Surakarta, selected using a purposive sampling method. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that peer influence had a positive and significant influence on consumer behavior ($\beta = 0.653, p < 0.000$), financial literacy had a negative and significant influence on consumer behavior ($\beta = -0.152, p = 0.040$), self-control had a negative and significant influence on consumer behavior ($\beta = -0.272, p = 0.008$), and e-money had a positive and significant influence on consumer behavior ($\beta = 0.444, p < 0.000$). The four variables simultaneously explained 67% of the variation in consumer behavior (Adjusted $R^2 = 0.670, F = 33.518, p < 0.000$). The findings of this study indicate that consumer behavior is influenced by subjective norms (peers), attitudes (financial literacy), and perceived behavioral control (self-control and e-money). The results of the study indicate that efforts to reduce student consumer behavior need to be carried out through increasing financial literacy, strengthening self-control, reducing negative peer influence, and using e-money wisely and responsibly.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teman sebaya, literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian terdiri dari 65 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: teman sebaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,653, p < 0,000$), literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = -0,152, p = 0,040$), kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = -0,272, p = 0,008$), dan e-money memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,444, p < 0,000$). Keempat variabel secara simultan menjelaskan 67% variasi perilaku konsumtif (Adjusted $R^2 = 0,670, F = 33,518, p < 0,000$). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh norma subjektif (teman sebaya), sikap (literasi keuangan), dan kontrol perilaku persepsian (kontrol diri dan e-money). Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya untuk mengurangi perilaku konsumtif

mahasiswa perlu dilakukan melalui peningkatan literasi keuangan, penguatan kontrol diri, pengurangan pengaruh negatif teman sebaya, serta penggunaan e-money secara bijak dan bertanggung jawab.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat di era globalisasi telah membawa perubahan signifikan terhadap perekonomian nasional, khususnya dalam pola konsumsi masyarakat. Kemudahan akses informasi dan transaksi yang ditawarkan oleh teknologi digital mendorong masyarakat untuk bertransformasi menjadi konsumen aktif dengan intensitas konsumsi yang semakin tinggi (Fahriansah et al., 2023). Perubahan pola konsumsi tersebut sejalan dengan meningkatnya penggunaan sistem pembayaran non-tunai di Indonesia. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi digital banking pada Januari 2024 mencapai Rp5.335,33 triliun atau meningkat sebesar 17,19% (year on year). Selain itu, transaksi menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) mengalami lonjakan signifikan sebesar 149,46% (year on year) dengan nilai transaksi mencapai Rp31,65 triliun dan jumlah pengguna sebanyak 46,37 juta (Tempo.co, 2024).

Kelompok usia muda, khususnya generasi Z dan milenial, menjadi kontributor utama dalam pertumbuhan transaksi digital tersebut. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda tidak terlepas dari fenomena perilaku konsumtif tersebut. Mahasiswa sering kali melakukan pembelian yang tidak didasarkan pada kebutuhan utama, melainkan dorongan gaya hidup dan hiburan, sehingga berpotensi menimbulkan pemborosan (Hidayah, 2018). Mahasiswa berada pada fase perkembangan yang rentan terhadap pengaruh konformitas sosial dan fenomena Fear of Missing Out (FOMO). Selain itu, situasi psikologis tertentu, seperti kecemasan dan ketidakpastian, juga dapat memicu perilaku panic buying, yang ditandai dengan pembelian barang secara berlebihan sebagai respons emosional terhadap situasi yang dirasakan mengancam (Anita, 2022; Aprilia, 2021).

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) Surakarta dipilih sebagai objek penelitian karena merepresentasikan kelompok mahasiswa yang berada dalam lingkungan akademik serta aktif menggunakan sistem pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari. Meskipun mahasiswa FEB UNISRI memperoleh pembelajaran terkait pengelolaan keuangan, fenomena perilaku konsumtif masih sering dijumpai. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan yang diperoleh secara formal dengan praktik pengelolaan keuangan

dalam kehidupan nyata, sehingga relevan untuk dikaji secara empiris.

Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan atau observasi awal yang dilakukan peneliti di lingkungan mahasiswa FEB UNISRI Surakarta, masih ditemukan berbagai bentuk perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa di antaranya terlihat dari kebiasaan mahasiswa yang sering menghabiskan waktu untuk nongkrong di kafe tanpa aktivitas yang produktif, membeli barang bermerek atau dengan harga relatif mahal yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, serta adanya kecenderungan mengikuti tren gaya hidup dalam kelompok pertemanan atau *fear of missing out* (FOMO). Di sisi lain, penggunaan e-money juga semakin meningkat di kalangan mahasiswa karena kemudahan transaksi serta berbagai promo yang ditawarkan, seperti *cashback*, potongan harga (diskon), dan gratis ongkir pada *platform* digital. Kondisi tersebut sering kali mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif karena merasa lebih praktis dan menguntungkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa faktor sosial, kemudahan teknologi pembayaran digital, serta gaya hidup memiliki peran dalam memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa, sehingga menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini.

Penelitian ini dianalisis menggunakan perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa, pengaruh teman sebaya mencerminkan norma subjektif, literasi keuangan dan kontrol diri merepresentasikan aspek kognitif dan sikap, sedangkan penggunaan e-money berperan sebagai kontrol perilaku yang mempermudah individu dalam melakukan transaksi.

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan temuan yang belum konsisten. Sari et al, (2025) menemukan bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, menunjukkan kuatnya tekanan sosial dalam membentuk pola konsumsi. Namun, Haq et al., (2023) menyatakan bahwa teman sebaya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial. Perbedaan temuan ini diperkuat oleh Saputra et al, (2024) yang menemukan bahwa teman sebaya tidak berpengaruh langsung terhadap impulse buying, tetapi berpengaruh melalui kontrol diri sebagai variabel intervening.

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan hasil yang beragam. Sejumlah penelitian menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Haq et al., 2023; Mengga et al., 2023;

Poniman, 2024). Sebaliknya, Mochamad, (2022) serta Alie et al, (2023) justru menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Novita Sari et al, (2025) menemukan pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Kontrol diri sebagai faktor psikologis juga menunjukkan hasil empiris yang tidak konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa (Mengga et al., 2023; Nesya Novita Sari, Erika Takidah, 2025; Poniman, 2024). Namun, Haq et al., (2023) menemukan bahwa kontrol diri tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, Saputra et al, (2024) menunjukkan bahwa kontrol diri berperan sebagai mekanisme psikologis yang memediasi pengaruh faktor sosial dan finansial terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian terkait penggunaan e-money dan perilaku konsumtif mahasiswa juga menunjukkan hasil yang bervariasi. Saputri, (2025), Haq et al., (2023), serta Novita Sari *et al.* (2025) menemukan bahwa penggunaan *e-money* atau digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Mengga et al, (2023) dan Poniman, (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian fenomena empiris dan kajian penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh teman sebaya, literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik dari sisi signifikansi maupun arah pengaruhnya. Ketidakkonsistenan tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dijelaskan secara parsial, melainkan perlu dipahami melalui pendekatan yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan faktor sosial, kognitif, psikologis, dan teknologi secara terpadu.

Oleh karena itu, berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu serta relevansi *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan teoritis, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh teman sebaya, literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang dikaji

dalam penelitian ini meliputi teman sebaya, literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan *e-money* sebagai variabel independen, serta perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang diisi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui buku teks, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2023).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang masih aktif. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada kaidah yang dikemukakan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2023), yang menyarankan bahwa jumlah sampel minimal adalah 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 50 responden. Namun dalam penelitian ini, akan digunakan 65 responden agar hasil akurasi dari angket atau kuesioner dapat lebih baik. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan program IBM SPSS. Tahapan analisis data meliputi uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis sesuai dengan prosedur analisis statistik (Ghozali, 2021).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total menggunakan *Pearson correlation*. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila apabila nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Teman Sebaya (X1)

Item Kuesioner	<i>p-value</i>	Kriteria	Ket
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.7	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.8	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji menunjukkan seluruh item memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga semua butir pernyataan variabel teman sebaya dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X2)

Item Kuesioner	<i>p-value</i>	Kriteria	Ket
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.7	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.8	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.9	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.10	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji validitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel literasi keuangan dinyatakan valid karena nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kontrol Diri (X3)

Item Kuesioner	<i>p-value</i>	Kriteria	Ket
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Semua item variabel kontrol diri pada tabel 3 memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel E-Money (X4)

Item Kuesioner	<i>p-value</i>	Kriteria	Ket
X4.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X4.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X4.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X4.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X4.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X4.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji validitas pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel *e-money* adalah valid karena nilai signifikansi seluruh item lebih kecil dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item Kuesioner	<i>p-value</i>	Kriteria	Ket
Y1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y7	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y8	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y9	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y10	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Seluruh item variabel perilaku konsumtif pada tabel 5 menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05 sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* (α). Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Teman Sebaya (X1)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,883	8

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,883 lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen variabel teman sebaya dinyatakan reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan (X2)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,947	10

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,947 > 0,70$ sehingga seluruh item variabel literasi keuangan dinyatakan reliabel.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kontrol Diri (X3)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,867	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,867 > 0,70$ sehingga instrumen variabel kontrol diri dinyatakan reliabel.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel E-Money (X4)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,901	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,901 menunjukkan bahwa instrumen variabel *e-money* reliabel karena nilainya jauh di atas 0,70.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,914	10

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,914 menunjukkan bahwa instrumen variabel perilaku konsumtif reliabel karena nilainya di atas 0,70.

2. Analisis Statistik Deskriptif

a. Analisis Deskriptif Variabel Teman Sebaya (X1)

Tabel 11. Hasil Uji Deskriptif Variabel Teman Sebaya (X1)

No	Pernyataan	Rata-Rata	Keterangan
1	Kebiasaan konsumsi teman sebaya memengaruhi cara saya membelanjakan uang	3.42	Tinggi
2	Saya memperhatikan kebiasaan berbelanja yang dilakukan teman sebaya saya	3.15	Sedang
3	Saya meniru perilaku teman sebaya dalam membeli barang atau jasa	2.89	Sedang
4	Saya membeli produk yang sama dengan yang digunakan teman sebaya	2.92	Sedang
5	Saya menyesuaikan keputusan pembelian agar selaras dengan teman sebaya	2.85	Sedang
6	Saya mengikuti kebiasaan konsumsi teman sebaya demi menjaga kebersamaan	2.82	Sedang
7	Teman sebaya mendorong saya dalam menentukan pilihan pembelian	3.35	Sedang
8	Saya merasa didukung teman sebaya dalam keputusan pembelian	3.42	Tinggi
Rata-rata		3.10	Sedang

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif variabel Teman Sebaya (X1) diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,10. Mengacu pada rentang interval skala Likert menurut Husein Umar (2,61–3,40 = sedang), maka nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta berada pada tingkat yang cukup atau moderat.

Secara keseluruhan, nilai mean sebesar 3,10 mengindikasikan bahwa meskipun teman sebaya

memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, pengaruh tersebut tidak bersifat dominan. Mahasiswa tetap menunjukkan adanya kemandirian dalam pengambilan keputusan pembelian dengan mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan finansial, serta faktor rasional lainnya. Dengan demikian, tekanan sosial dari kelompok sebaya bukanlah faktor utama yang secara kuat mendorong perilaku konsumtif, namun tetap memberikan kontribusi dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa.

b. Analisis Deskriptif Variabel Literasi Keuangan (X2)

Tabel 12. Hasil Uji Deskriptif Variabel Literasi Keuangan (X2)

No	Pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Saya memahami bahwa anggaran keuangan membantu mengendalikan pengeluaran.	3.82	Tinggi
2	Saya mengetahui bahwa investasi menggunakan dana sendiri lebih aman daripada dana pinjaman	4.05	Tinggi
3	Saya membandingkan harga sebelum membeli barang atau jasa.	3.95	Tinggi
4	Saya rutin menyisihkan uang untuk ditabung.	3.71	Tinggi
5	Saya mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam membelanjakan uang.	3.92	Tinggi
6	Saya memandang menabung sebagai hal penting untuk kebutuhan mendesak.	3.88	Tinggi
7	Saya mampu menghitung keuntungan dan kerugian transaksi keuangan.	3.75	Tinggi
8	Saya mampu memanfaatkan investasi sebagai sarana pengelolaan aset.	3.77	Tinggi
9	Saya percaya diri dalam membuat keputusan keuangan.	3.86	Tinggi
10	Saya yakin mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik.	3.83	Tinggi
Rata-rata		3.85	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif variabel Literasi Keuangan (X2) diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,85. Mengacu pada rentang interval skala Likert menurut Husein Umar (3,41–4,20 = tinggi), maka nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta berada pada kategori baik atau tinggi.

Secara keseluruhan, nilai mean sebesar 3,85 mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan, termasuk dalam hal penyusunan anggaran, perbandingan harga, pengendalian pengeluaran, perencanaan investasi, serta pengambilan

keputusan finansial. Tingginya literasi keuangan ini menunjukkan bahwa mahasiswa secara konseptual memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan secara rasional dan terencana. Dengan demikian, literasi keuangan berpotensi menjadi faktor protektif dalam mengendalikan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

c. Analisis Deskriptif Variabel Kontrol Diri (X3)

Tabel 13. Hasil Uji Deskriptif Variabel Kontrol Diri (X3)

No	Pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Saya selalu mempertimbangkan dampak atau akibat sebelum melakukan pembelian.	4.14	Tinggi
2	Saya mampu mengendalikan diri meskipun produk yang saya beli di online shop tidak sesuai dengan keinginan saya.	3.63	Tinggi
3	Ketika memiliki uang lebih, saya memilih menabung daripada membeli barang yang tidak dibutuhkan.	3.91	Tinggi
4	Saya lebih memilih membeli barang atau jasa berdasarkan kebutuhan daripada keinginan.	4.17	Tinggi
5	Saya dapat menahan keinginan membeli barang atau jasa ketika tidak memiliki cukup uang.	4.15	Tinggi
6	Saya selalu mengatur keuangan agar pengeluaran tidak melebihi pendapatan.	4.12	Tinggi
Rata-rata		4.02	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif variabel Kontrol Diri (X3) diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,02. Mengacu pada rentang interval skala Likert menurut Husein Umar (3,41–4,20 = tinggi), maka nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kontrol diri mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dalam aktivitas konsumsi berada pada kategori baik atau tinggi.

Secara keseluruhan, nilai mean sebesar 4,02 mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan yang baik dalam mengendalikan dorongan konsumsi, mengatur keuangan, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Tingginya tingkat kontrol diri ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung bersikap rasional dalam pengambilan keputusan pembelian dan memiliki kecenderungan untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan demikian, kontrol diri berperan sebagai faktor internal yang penting dalam membatasi

kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

d. Analisis Deskriptif Variabel *E-Money* (X4)

Tabel 14. Hasil Uji Deskriptif Variabel E-Money (X4)

No	Pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Penggunaan uang elektronik (<i>e-money</i>) memberikan keuntungan tambahan seperti diskon atau cashback dalam transaksi.	3.71	Tinggi
2	Penggunaan uang elektronik (<i>e-money</i>) dapat menghemat waktu dan tenaga dalam melakukan transaksi.	3.97	Tinggi
3	Sistem uang elektronik (<i>e-money</i>) mudah dipahami dan digunakan tanpa bantuan orang lain.	3.85	Tinggi
4	Transaksi menggunakan e-money dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.	4.05	Tinggi
5	Saya merasa aman menggunakan <i>e-money</i> dalam melakukan transaksi pembayaran.	3.72	Tinggi
6	Saya percaya keamanan data pribadi pengguna <i>e-money</i> terjaga kerahasiaannya.	3.77	Tinggi
Rata-rata		3.84	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif variabel *E-Money* (X4) diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84. Mengacu pada rentang interval skala Likert menurut Husein Umar (3,41–4,20 = tinggi), maka nilai tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan dan persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta terhadap e-money berada pada kategori baik atau tinggi.

Secara keseluruhan, nilai mean sebesar 3,84 mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki tingkat penerimaan dan intensitas penggunaan *e-money* yang tinggi. Kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, serta persepsi keamanan menjadi faktor dominan dalam penggunaan e-money. Kondisi ini berpotensi memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, karena kemudahan transaksi digital dapat meningkatkan frekuensi pembelian apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan dan kontrol diri yang baik.

e. Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 15. Hasil Uji Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Rata-rata	Keterangan
----	------------	-----------	------------

1	Saya merasa bangga jika memiliki produk keluaran terbaru.	3.17	Sedang
2	Saya membeli produk agar penampilan saya terlihat lebih keren dan mengikuti tren.	3.18	Sedang
3	Saya tertarik membeli produk karena kemasannya menarik dan unik.	3.18	Sedang
4	Desain dan kerapian kemasan produk memengaruhi keputusan saya untuk membeli.	3.51	Sedang
5	Saya sering membeli produk karena adanya diskon atau gratis ongkir.	3.89	Tinggi
6	Saya tertarik membeli produk ketika terdapat penawaran cashback atau promo khusus.	3.82	Tinggi
7	Saya membeli produk bermerek terkenal agar terlihat lebih bergengsi dalam pergaulan.	2.77	Sedang
8	Saya merasa bangga membeli produk dari merek atau tempat yang dikenal banyak orang.	3.23	Sedang
9	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan atau dipromosikan oleh tokoh yang saya idolakan.	3.14	Sedang
10	Saya cenderung membeli produk yang digunakan oleh idola saya.	2.97	Sedang
Rata-rata		3.29	Sedang

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif variabel Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,29. Mengacu pada rentang interval skala Likert menurut Husein Umar (2,61–3,40 = sedang), maka nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta berada pada kategori cukup.

Secara keseluruhan, nilai mean sebesar 3,29 mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan perilaku konsumtif pada tingkat sedang. Mahasiswa cukup responsif terhadap promosi dan penawaran harga, namun tidak sepenuhnya didorong oleh faktor gengsi, merek, atau pengaruh idola. Dengan demikian, perilaku konsumsi mahasiswa masih dalam batas yang relatif terkendali, meskipun terdapat kecenderungan konsumtif terutama yang dipicu oleh strategi pemasaran seperti diskon dan cashback.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusan adalah: (1) jika nilai signifikansi $> 0,05$, data dinyatakan berdistribusi

normal, dan (2) jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 16. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	65
<i>Mean</i>	0.0000000
<i>Std. Deviation</i>	5.07786880
<i>Absolute</i>	0.093
<i>Positive</i>	0.053
<i>Negative</i>	-0.093
<i>Test Statistic</i>	0.093
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0.200 ^d
<i>Monte Carlo Sig.</i>	0.603

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji normalitas pada Tabel 16 menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas dapat dilakukan melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kriteria pengambilan keputusan adalah: (1) tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , dan (2) terjadi multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ dan *VIF* ≥ 10 .

Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Teman Sebaya (X ₁)	0.875	1.143	Tidak Multikolinear
Literasi Keuangan (X ₂)	0.980	1.020	Tidak Multikolinear
Kontrol Diri (X ₃)	0.527	1.899	Tidak Multikolinear
E-Money (X ₄)	0.479	2.086	Tidak Multikolinear

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 17 menunjukkan hasil uji multikolinearitas untuk semua variabel independen. Semua variabel memiliki nilai *Tolerance* $> 0,10$ (berkisar antara 0,479 hingga 0,980) dan *VIF* < 10 (berkisar

antara 1,020 hingga 2,086). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas di antara variabel independen, sehingga asumsi multikolinearitas telah terpenuhi.

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Kriteria pengambilan keputusan adalah: (1) jika nilai signifikansi > 0,05, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan (2) jika nilai signifikansi ≤ 0,05, terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
Teman Sebaya (X ₁)	-1.908	0.061	Tidak ada heteroskedastisitas
Literasi Keuangan (X ₂)	-0.152	0.880	Tidak ada heteroskedastisitas
Kontrol Diri (X ₃)	-0.251	0.803	Tidak ada heteroskedastisitas
E-Money (X ₄)	1.553	0.126	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 18 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (berkisar antara 0,061 hingga 0,880). Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 19. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	14.744	4.898		3.010	0.004
Teman Sebaya (X ₁)	0.828	0.097	0.653	8.516	0.000
Literasi Keuangan (X ₂)	-0.148	0.071	-0.152	-2.095	0.040
Kontrol Diri (X ₃)	-0.541	0.196	-0.272	-2.753	0.008
E-Money (X ₄)	0.708	0.165	0.444	4.281	0.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel 19 hasil regresi linier berganda di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 14,744 + 0.828X_1 - 0,148X_2 - 0,541X_3 + 0.708X_4$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ($p < 0,05$). Pengaruh Teman Sebaya ($\beta = 0,828$, $p = 0,000$) merupakan faktor paling kuat. Setiap peningkatan 1 unit dalam pengaruh teman sebaya, perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,828 unit, diikuti *E-Money* ($\beta = 0,708$, $p = 0,000$). Setiap peningkatan 1 unit *e-money*, perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,708 unit. Sementara itu, Kontrol Diri ($\beta = -0,541$, $p = 0,008$) dan Literasi Keuangan ($\beta = -0,148$, $p = 0,040$) menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan. Setiap peningkatan 1 unit kontrol diri, perilaku konsumtif menurun sebesar 0,541 unit dan setiap peningkatan 1 unit literasi keuangan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,148. Secara spesifik, peningkatan pengaruh teman sebaya dan penggunaan *e-money* mendorong perilaku konsumtif lebih tinggi, sedangkan peningkatan kontrol diri dan literasi keuangan mengurangi kecenderungan konsumsi mahasiswa.

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Tabel 20. Hasil Uji F

Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	3687.530	4	921.882	33.518	.000
Residual	1650.224	60	27.504		
Total	5337.754	64			

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai F hitung sebesar 33,518 dengan signifikansi 0,000 $< 0,05$. Artinya variabel teman sebaya, literasi keuangan, kontrol diri, dan *e-money* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Model regresi tersebut dinyatakan layak digunakan.

b. Uji t (Parsial)

Tabel 21. Hasil Uji T

Variabel	t	Sig.	Kesimpulan
Teman Sebaya (X_1)	8.516	0.000	Signifikan
Literasi Keuangan (X_2)	-2.095	0.040	Signifikan
Kontrol Diri (X_3)	-2.753	0.008	Signifikan

<i>E-Money (X₄)</i>	4.281	0.000	Signifikan
--------------------------------	-------	-------	------------

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 21 hasil uji t variabel independen pada penelitian ini sebagai berikut: 1) Teman sebaya memiliki koefisien positif ($B = 0,828$, $t = 8,516$, $p = 0,000 < 0,05$), maka H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta; 2) Literasi keuangan memiliki nilai koefisien dengan arah negatif ($B = -0,148$, $t = -2,095$, $p = 0,040 < 0,05$), maka H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta; 3) Kontrol Diri memiliki koefisien negatif ($B = -0,541$, $t = -2,753$, $p = 0,008 < 0,05$), maka H3 diterima. Hal ini berarti kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; 4) *E-Money* memiliki koefisien positif ($B = 0,708$, $t = 4,281$, $p < 0,000 < 0,05$), maka hipotesis H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std Error</i>
0.831	0.691	0.670	5.24440

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,670 menunjukkan bahwa variabel teman sebaya, literasi keuangan, kontrol diri, dan *e-money* mampu menjelaskan variasi perilaku konsumtif sebesar 67%, sedangkan sisanya 33% dipengaruhi variabel lain di luar model.

Pembahasan

1. Pengaruh Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh lingkungan pertemanan, maka semakin tinggi kecenderungan individu dalam melakukan perilaku konsumtif. Teman sebaya merepresentasikan norma subjektif yang membentuk tekanan sosial dalam pengambilan keputusan konsumsi. Mahasiswa cenderung menyesuaikan perilaku konsumsi mereka

dengan perilaku dan gaya hidup teman-teman di sekitar mereka. Ketika teman sebaya memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, mahasiswa akan terdorong untuk melakukan pembelian yang sama agar dapat diterima dalam kelompok sosialnya.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Rahmawati et al. (2022) yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dalam kelompok teman sebaya membentuk hubungan saling mendukung serta menumbuhkan dorongan untuk memperoleh penerimaan sosial. Keinginan untuk diakui dalam kelompok pertemanan sering diwujudkan dengan mengikuti tren yang sedang berkembang, sehingga dapat memicu perilaku konsumtif. Selain itu, intensitas komunikasi dengan teman sebaya juga menjadi sarana pertukaran informasi mengenai produk dan layanan yang dapat meningkatkan minat berbelanja mahasiswa.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Mulindra et al. (2023) yang menyatakan bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompok pertemanan dapat mendorong munculnya perilaku konsumsi yang berlebihan. Penelitian Danurahman et al. (2023) juga menunjukkan bahwa lingkungan teman sebaya memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menegaskan bahwa interaksi sosial dalam lingkungan pertemanan berperan dalam membentuk pola konsumsi individu. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian Muttaqin et al. (2022) yang menyatakan bahwa semakin besar pengaruh teman sebaya, maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, teman sebaya dapat dipahami sebagai norma subjektif yang memberikan tekanan sosial dalam pengambilan keputusan konsumsi. Mahasiswa cenderung menyesuaikan perilaku belanjanya dengan lingkungan pergaulan guna memperoleh penerimaan sosial serta menghindari ketertinggalan tren. Dukungan empiris terhadap hubungan tersebut juga ditunjukkan oleh penelitian Sari et al. (2025) yang menemukan bahwa teman sebaya berperan dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa. Secara keseluruhan, berbagai penelitian tersebut menegaskan bahwa tekanan sosial dalam lingkungan pertemanan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini memperlihatkan bahwa kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan berperan penting dalam mengendalikan pola konsumsi.

Hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior*, yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian.

Literasi keuangan termasuk dalam aspek kontrol perilaku persepsian yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam mengatur dan mengendalikan keputusan konsumsi. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan manfaat, risiko, serta konsekuensi dalam penggunaan fasilitas pembiayaan seperti layanan *paylater*, sehingga kecenderungan perilaku konsumtif dapat diminimalkan (Simamora & Panjaitan, 2026). Temuan ini memperkuat asumsi bahwa individu yang memiliki pemahaman keuangan yang memadai akan lebih rasional dalam mengambil keputusan finansial meskipun dihadapkan pada berbagai kemudahan transaksi digital.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Hilwana et al. (2026) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan mampu menurunkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian impulsif maupun konsumsi berlebihan. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai pengelolaan pendapatan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam membedakan kebutuhan dan keinginan serta menghindari pengeluaran yang tidak memiliki nilai prioritas. Dengan demikian, literasi keuangan berperan dalam membentuk pola pikir dan kebiasaan finansial yang lebih bijaksana, khususnya pada kalangan mahasiswa yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial.

Selanjutnya, penelitian Suyanto et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran strategis dalam menekan dampak negatif gaya hidup konsumtif. Literasi keuangan dapat berfungsi sebagai faktor pengendali yang mampu mengurangi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan, maka semakin besar pula kemampuannya dalam mengontrol pengeluaran dan menyesuaikan perilaku konsumsi dengan kondisi finansial yang dimiliki. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dapat menjadi salah satu strategi preventif dalam menekan tingkat konsumtivisme di kalangan mahasiswa.

Temuan lain juga diperkuat oleh penelitian Putri et al. (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian Abidin et al. (2025) mengungkapkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat

literasi keuangan yang berada pada kategori cukup hingga baik, dan literasi tersebut terbukti memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi. Literasi keuangan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap terhadap pengelolaan keuangan berperan dalam membentuk pola pengambilan keputusan finansial mahasiswa, sehingga mereka mampu mengelola pendapatan secara lebih terarah dan terencana.

Perspektif *Theory of Planned Behavior* juga menjelaskan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap individu terhadap perilaku konsumsi. Pemahaman yang baik mengenai perencanaan dan pengelolaan keuangan mendorong mahasiswa untuk lebih selektif dalam melakukan pembelian serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya pengambilan keputusan yang lebih rasional dan bertanggung jawab dalam aktivitas konsumsi. Hal ini didukung oleh penelitian N. N. Sari et al. (2025) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di mana tingkat pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung berkorelasi dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi.

3. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, kontrol diri diposisikan sebagai bagian dari kontrol perilaku persepsian yang menggambarkan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, keinginan, serta impuls dalam melakukan aktivitas konsumsi. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu mempertimbangkan keputusan pembelian secara rasional serta tidak mudah terpengaruh oleh dorongan emosional maupun tekanan lingkungan sosial. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri tinggi umumnya mampu menilai prioritas kebutuhan, mempertimbangkan konsekuensi finansial, serta menghindari pembelian yang bersifat impulsif.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri individu, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif (Ariria & Ulfatun, 2025). Pengendalian diri yang kuat memungkinkan individu untuk menahan dorongan dalam membeli barang yang tidak memiliki nilai kebutuhan yang mendesak. Pengendalian diri juga berfungsi sebagai mekanisme pengatur yang membantu individu dalam mengelola keinginan konsumsi sehingga keputusan pembelian dapat dilakukan secara lebih terencana dan rasional. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki kemampuan

mengontrol diri yang baik cenderung mampu mengelola keuangan secara lebih bijaksana.

Penelitian lain juga mendukung temuan tersebut. Hasil penelitian Mailina et al. (2026) menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif pada penggunaan produk. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa kontrol diri berperan sebagai faktor psikologis yang memengaruhi kecenderungan individu dalam melakukan aktivitas konsumsi. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan keinginan untuk membeli produk secara berlebihan serta lebih selektif dalam menentukan pilihan konsumsi. Hasil penelitian Luh et al. (2023) juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki individu, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Sebaliknya, individu yang memiliki kontrol diri rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh dorongan emosional maupun pengaruh lingkungan sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Temuan serupa juga diperkuat oleh penelitian Annafila et al. (2022) yang menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa yang memiliki kontrol diri tinggi cenderung mampu membatasi keinginan konsumtif yang tidak rasional. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian impulsif dan pengeluaran yang tidak terencana. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri berperan sebagai faktor pembatas yang mampu menekan kecenderungan individu dalam memenuhi keinginan konsumtif yang berlebihan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Latifah & Paramita (2023) yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kemampuan individu dalam mengontrol emosi, keinginan, serta dorongan untuk melakukan pembelian merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu mengelola keuangan secara lebih terarah serta tidak mudah terpengaruh oleh tren maupun tekanan sosial dalam melakukan aktivitas konsumsi.

4. Pengaruh *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya. Penggunaan *e-money* menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya pada kalangan mahasiswa. Dalam perspektif *Theory of Planned*

Behavior, penggunaan *e-money* dapat dipahami sebagai bagian dari kontrol perilaku persepsian eksternal yang memberikan kemudahan, kecepatan, serta aksesibilitas tinggi dalam melakukan transaksi. Kemudahan tersebut dapat menurunkan hambatan psikologis dalam proses pembayaran atau *pain of paying*, sehingga individu cenderung lebih mudah mengeluarkan uang tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial secara mendalam. Kondisi ini berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif karena transaksi digital membuat proses pembayaran terasa lebih praktis dan tidak menimbulkan sensasi kehilangan uang secara langsung.

Temuan tersebut didukung oleh penelitian Anggreyani et al. (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-money*, khususnya ShopeePay, berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, di mana kemudahan penggunaan layanan tersebut mendorong individu untuk lebih sering melakukan pembelian secara impulsif. Temuan ini juga dijelaskan melalui *Self-Control Theory* yang menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik dapat menurunkan kemampuan individu dalam menahan dorongan berbelanja karena tidak adanya interaksi fisik dengan uang tunai. Individu yang memiliki kontrol diri rendah cenderung lebih mudah tergoda untuk melakukan pembelian spontan ketika menggunakan sistem pembayaran digital.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Diah et al. (2026) juga mendukung temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa *e-money* berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Penggunaan *e-money* memberikan kemudahan, efisiensi, serta kecepatan dalam bertransaksi sehingga membentuk pola pengelolaan keuangan mahasiswa. Kemudahan tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih aktif melakukan transaksi digital sekaligus menyesuaikan pengeluaran dengan kondisi finansial yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi, tetapi juga berperan dalam membentuk kebiasaan mahasiswa dalam mengelola keuangan.

Hasil penelitian Aldo et al. (2025) turut memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ketertarikan mahasiswa terhadap penggunaan *e-money* dipengaruhi oleh kemudahan dalam melakukan pengisian saldo serta fleksibilitas dalam melakukan transaksi. Mahasiswa cenderung lebih mudah membelanjakan uang ketika menggunakan sistem pembayaran non tunai dibandingkan dengan uang tunai. Hal ini disebabkan *e-money* dinilai lebih praktis, aman, nyaman, cepat, dan efisien sehingga meningkatkan intensitas aktivitas konsumsi mahasiswa. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Anjelika et al. (2025) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* memiliki

pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan penggunaan *e-money* dapat mendorong peningkatan kecenderungan perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa kemudahan teknologi pembayaran digital dapat memengaruhi pola konsumsi individu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering individu menggunakan *e-money*, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut melakukan pembelian secara berulang.

Penelitian Haq et al., (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Tingginya penggunaan *e-money* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan penggunaan, fleksibilitas transaksi, serta keamanan sistem pembayaran digital. Selain itu, perubahan pola konsumsi mahasiswa yang semakin bergeser ke arah transaksi digital dan e-commerce juga turut meningkatkan penggunaan *e-money*. Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa menjadi lebih sering melakukan transaksi pembelian secara online, sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Perubahan gaya hidup digital, termasuk kebiasaan bertransaksi tanpa kontak fisik, semakin memperkuat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran utama dalam aktivitas konsumsi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh positif ini berarti bahwa lingkungan pergaulan dan konformitas sosial mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang mungkin tidak termasuk dalam kategori kebutuhan. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh negatif ini berarti bahwa pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan yang membantu mahasiswa membuat keputusan pembelian lebih rasional. Kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh negatif ini berarti bahwa kemampuan untuk mengendalikan impuls, emosi, dan dorongan konsumsi merupakan faktor penting dalam menekan kecenderungan berbelanja secara impulsif. *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh positif ini berarti bahwa kemudahan bertransaksi melalui uang elektronik mengurangi hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang. Keempat variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor eksternal (teman sebaya, *e-money*) dan faktor internal (literasi keuangan, kontrol diri). Model penelitian

mampu menjelaskan 67% dari variasi perilaku konsumtif, sedangkan 33% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa perilaku konsumtif tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, melainkan kombinasi dari berbagai faktor yang saling mempengaruhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., Pradipta, K., Putra, M., Lintang, A., Fadli, A., Nuha, R., Bisnis, E., & Surakarta, U. M. (2025). *Studi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 10.
- Aldo, M., Hilal, N., & Parmita, R. (2025). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Minat Menabung Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Abdul Azis Lamadjido. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(9), 5916–5920. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i9.8642>
- Alie, R. M. M., Rizqi, A., & Agustin, C. M. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekuivalensi*, 9(2), 306–320.
- Anggreyani, L., Kemala, P., & Lubis, D. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup dan E-Money (Shopeepay) terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMS Swasta bersama Berastagi dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening*. 7(3), 600–613.
- Anita, S. Y. (2022). *Pengaruh Panic Buying Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Impulse Buying Pada Produk Minyak Goreng*. 16(1), 72–84.
- Anjelika, S. Q., Bilgies, A. F., & Shoimah, S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Pengendalian Diri , dan Penggunaan E- Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan)*. 4(3), 2727–2732.
- Annafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Bagi Mahasiswa. *PSIKODINAMIKA: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27.
- Aprilia, C. S. (2021). *Perilaku Panic Buying Dan Berita Hoaks COVID-19 Di Kota Bandung*.
- Ariria, D. N., & Ulfatun, T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan Volume*, 8(2), 61–71.
- Danurahman, A. R., Sumiati, A., & Zulaihati, S. (2023). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Konferensi Ilmiah Akuntansi*, 1(1).
- Diah, A., Lestariningsih, P., Su, S., Ekonomi, F., Riyadi, U. S., & Surakarta, K. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan , E-Money , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan*

pada Cashless Society Generasi Z Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. 3(1), 1148–1164.

- Fahriansah, F., Safarida, N., & Midesia, S. (2023). Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 12(2)*, 386–421. <https://doi.org/10.22373/share.v12i2.17453>
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 09(01)*, 73–89.
- Hidayah, B. (2018). *PENGARUH UANG SAKU, LOCUS OF CONTROL, DAN LINGKUNGAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. 7*, 1025–1039.
- Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later : Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. *PENG : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1)*, 422–437.
- Latifah, V. A., & Paramita, R. . S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Kampus Negeri di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(25)*, 854–865.
- Luh, N., Putri, T., Bakar, R. M., & Hamid, A. N. (2023). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. 2(5)*, 868–874.
- Mailina, R. A., & Aryani, L. (2026). *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion di Online Shop. 7(1)*, 69–77.
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen. *Journal of Economic, Business and Accounting, 1(1)*, 36–50.
- Mochamad, W. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Income, Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP), 2(12)*, 992–1002. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12222p992-1002>
- Mulindra, A. B., & Ariani, L. (2023). *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja The Effect of Peer Conformity on Consumptive Behavior in Adolescents. 4(2)*, 54–60.
- Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno. (2022). Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 10(3)*, 237–246.

- Nesyia Novita Sari, Erika Takidah, A. S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta*. 1(3), 653–671.
- Poniman, N. T. L. (2024). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN E-MONEY DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA AKUNTANSI DI KOTA BATAM*.
- Putri, M. D., Mappatompo, A., & Syah, F. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif (Studi kasus pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, angkatan 2021). *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5).
- Rahmawati, Z., Nurfitri, T., & Widiastuti, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan , Pengendalian Diri , dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman). *Soedirman Economics Education Journal*, 04(1), 16–28.
- Salsa Dila Septiani Saputri, S. (2025). Pengaruh Locus Control , E-Money Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(9), 112–125.
- Saputra, N. D., Hermawan, Y., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya dan Money Availability Terhadap Impulse Buying Mahasiswa Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening. *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi Dan Teknologi*, 2(1), 119–131.
- Sari. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Keuangan dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia Ecc*. 8, 73–89.
- Simamora, D., & Panjaitan, R. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater di Universitas HKBP Nommensen Medan. *Journal of Golden Generation Economic*, 2(1), 263–270.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed., Vol. 3). CV. Alfabeta.
- Suyanto, A., Asiyah, D., Warsiati, W., & Kusumaningrum, A. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Kajian Studi Literatur)*. 3(1), 53–61. <https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i1.133>

***Pengaruh Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi
Surakarta***

Rohmat Nur Alim¹, Rispanyo²

Tempo.co. (2024). *BI Catat Transaksi QRIS Capai Rp 31,65 Triliun, Melonjak 149,46 Persen.*

Tempo.Co. <https://doi.org/https://www.tempo.co/ekonomi/bi-catat-transaksi-qris-capai-rp-31-65-triliun-melonjak-149-46-persen-84948>