



Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Risti Maydita Winanda¹, Almasdi Syahza², Brilliant Asmit³

^{1,2,3}Universitas Riau, Indonesia

E-mail: risti.maydita3211@student.unri.ac.id, almasdi.syahza@lecturer.unri.ac.id, brilliant.asmit@lecturer.unri.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-10-07 Revised: 2025-11-13 Published: 2025-12-02 Keywords: <i>E-Commerce; Consumer Behavior Theory; Higher Education Institutions.</i>	This research aims to determine the effect of financial literacy and the use of online shopping applications on the consumptive behavior of Riau University students. The method used is descriptive quantitative with a multiple linear regression approach. The population in this study is students with a sample size of 35 students determined using the Cochran formula and data collection techniques using the simple random sampling method. The research instrument was a questionnaire. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis. Financial literacy has a significant negative effect, meaning that the better the financial literacy of students, the lower their consumer behavior. The use of online shopping applications has a significant positive effect on consumer behavior, meaning that the higher the intensity of online shopping application use, the higher the tendency for students to engage in consumer behavior.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-10-07 Direvisi: 2025-11-13 Dipublikasi: 2025-12-02 Kata kunci: <i>Belanja Online; Teori Perilaku Konsumen; Lembaga Pendidikan Tinggi.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Riau. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan jumlah sampel sebanyak 35 mahasiswa yang ditentukan menggunakan rumus Cochran dan teknik pengambilan data menggunakan metode simple random sampling. Instrumen penelitian dilakukan dengan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan artinya semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka perilaku konsumtif akan semakin menurun. penggunaan aplikasi belanja online berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan aplikasi belanja online, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku konsumsi masyarakat. Kemudahan akses informasi dan transaksi secara digital melalui aplikasi belanja online seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop telah mengubah pola konsumsi, terutama di kalangan generasi muda yang melek teknologi. Menurut Asisi dan Purwanto (2020), perilaku konsumtif adalah kecenderungan membeli barang tanpa pertimbangan matang, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Wahyudi dan Rochmawati (2020) juga menekankan bahwa perilaku ini merupakan hasrat berlebihan untuk mengonsumsi produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan demi memperoleh kepuasan maksimal. Mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang sangat rentan

terdorong untuk berbelanja secara impulsif demi mengikuti tren atau memperoleh kepuasan emosional sesaat. Salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. OJK mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan individu dalam membaca, menganalisis, dan mengambil keputusan keuangan dengan bijak. Nirmala *et al.*, (2023). Literasi keuangan yang baik membantu mahasiswa membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta mengelola pendapatan agar tidak terjebak dalam pembelian impulsif.

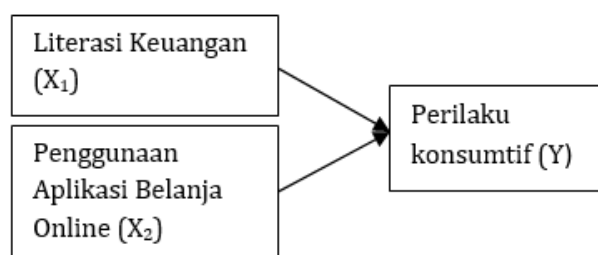
Di sisi lain, penggunaan aplikasi belanja online dengan fitur promo, diskon, gratis ongkir, dan sistem pembayaran paylater memicu perilaku konsumtif melalui dorongan sosial dan tren yang berkembang. Fadhillah, (2023). Menurut Nisa *et al.*, (2023) dan Asmit & Koesrindartoto, (2015), perkembangan teknologi informasi memberikan kemudahan akses dalam berbagai aktivitas

ekonomi, termasuk transaksi jual beli. Teknologi berperan signifikan dalam mempengaruhi perilaku ekonomi mahasiswa, terutama melalui pemanfaatan media sosial, perangkat digital, dan promosi berbasis internet yang memudahkan proses usaha maupun konsumsi. Dalam konteks penggunaan aplikasi belanja online, teknologi memungkinkan mahasiswa melakukan transaksi dengan cepat, hemat waktu, dan memiliki jangkauan produk yang lebih luas. Kondisi ini dapat meningkatkan kenyamanan sekaligus mendorong kecenderungan perilaku konsumtif. Menurut *Consumer Behavior Theory* yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh, menggunakan, dan menentukan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Proses pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, persepsi, dan pengetahuan, serta faktor eksternal seperti budaya, sosial, dan teknologi.

Pada kondisi ideal, literasi keuangan yang baik akan membantu mahasiswa membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mengelola keuangan pribadi dengan bijak. Sementara itu, aplikasi belanja online yang sehat seharusnya tidak hanya memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi, tetapi juga memberi kontrol dan batasan terhadap perilaku konsumsi pengguna. Namun pada kondisi realitanya, mahasiswa cenderung menggunakan aplikasi belanja online tanpa mempertimbangkan aspek keuangan secara matang. Banyak mahasiswa yang tergoda oleh promo, diskon, dan fitur paylater sehingga melakukan pembelian secara impulsif. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tergugah untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Riau.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada Gambar 1. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu Syahza, (2021).



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Penelitian ini dilaksanakan di Jurusan Pendidikan IPS (PIPS), Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau yang beralamat di Kampus Bina Widya KM 12,5 Simpang Baru Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu Mei hingga juni 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Riau angkatan 2021, yang berjumlah 279 mahasiswa. Pemilihan mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Riau sebagai populasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan logis yaitu mahasiswa PIPS, karena masih mempelajari mata kuliah berkaitan dengan bidang sosial, ekonomi dan pendidikan, sehingga cenderung memiliki pemahaman awal mengenai konsep keuangan dan perilaku konsumtif. Sampel diambil menggunakan teknik *simple random sampling* berdasarkan rumus *Cochran* dengan tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 sehingga diperoleh 35 mahasiswa sebagai responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada responden. Adapun pengukuran instrumen dalam penelitian ini menggunakan dua skala pengukuran yang berbeda, yakni skala *Likert* dan skala *Guttman*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T	F	Sig
(Constant)	56,587			
Literasi keuangan (X ₁)	-2,239	-3,924		,000
Penggunaan aplikasi belanja online (X ₂)	,487	2,126		,041
F			22,488	,000
R Square	,584			

Sumber : Data olahan, 2025

Adapun persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari data pada Tabel 5 sebagai berikut:

$$Y = 56,587 - 2,239X_1 + 0,487X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut diperoleh informasi sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta (a) sebesar 56,587. Artinya jika literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online bernilai nol maka, tingkat perilaku konsumtif tetap sebesar 56,587. Artinya jika tidak ada pengaruh antara variabel literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online, maka perilaku konsumtif tetap terjadi atau ada.
- b) Nilai koefisien regresi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar -2,239. Artinya jika terjadi peningkatan pada literasi keuangan senilai satu maka, akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 2,239. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka perilaku konsumtifnya akan semakin rendah dan sebaliknya jika rendah literasi keuangannya maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Mahasiswa yang terliterasi akan bertindak secara rasional dalam mengelola sumber daya keuangannya. Mereka lebih mempertimbangkan manfaat jangka panjang daripada kepuasan sesaat, mampu memprioritaskan kebutuhan serta tahu akan konsekuensi finansial dari setiap keputusan pembelian sehingga memiliki kontrol diri yang lebih baik untuk menahan keinginan berbelanja secara berlebihan.
- c) Nilai koefisien regresi penggunaan aplikasi belanja online adalah sebesar 0,487. Artinya jika terjadi peningkatan pada penggunaan aplikasi belanja online senilai satu maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,487. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering dan tinggi penggunaan aplikasi yang digunakan oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Aplikasi belanja online menyediakan berbagai fitur yang dapat menimbulkan kesenangan dan kepuasan psikologis, seperti promo dan diskon, *flashsale*, *paylater*. Fitur tersebut secara tidak langsung mendorong mahasiswa untuk terus menggunakan aplikasi dan

melakukan pembelian meskipun tidak didasari oleh kebutuhan nyata. Dalam konteks ini, semakin sering mahasiswa menggunakan aplikasi belanja online, semakin besar pula dorongan konsumtif yang muncul dalam diri mereka untuk mendapatkan kesenangan melalui aktivitas belanja.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Data pada Tabel 4.11 menunjukkan informasi nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,584 atau 58,4%, yang artinya bahwa literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online dapat menerangkan perilaku konsumtif mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Riau sebesar 58,4%, sedangkan sisanya 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti gaya hidup, kontrol diri, lingkungan sosial dan lainnya.

3. Uji Simultan (F)

Untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif diperlukan uji F. Data pada Tabel 5 menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan dengan bukti $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $22,488 > 3,29$ sehingga dapat disimpulkan bahwa, literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan berperan dalam memberikan kemampuan bagi mahasiswa untuk dapat mengelola keuangan, membuat keputusan pembelian yang rasional. Sementara itu, penggunaan aplikasi belanja online memberikan kemudahan akses, promosi menarik, sehingga mendorong individu untuk berperilaku konsumtif. Ketika kedua faktor ini terjadi secara bersamaan, yaitu literasi keuangan yang masih rendah dan intensitas penggunaan aplikasi belanja online yang tinggi maka kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif akan meningkat secara signifikan sehingga hipotesis dari penelitian ini diterima.

4. Uji Parsial (t)

Untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial diperlukan uji t. Pada literasi keuangan data pada Tabel 5 menunjukkan

pengaruh yang signifikan dengan bukti $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $3,924 > 2,037$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan pada variabel penggunaan aplikasi belanja online data pada Tabel 5 menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan bukti $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,126 > 2,037$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan aplikasi belanja online secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, variabel literasi keuangan memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu sebesar $-2,239$ dibanding dengan variabel penggunaan aplikasi belanja online sebesar $0,487$. Hal ini karena literasi keuangan merupakan faktor yang secara langsung berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangannya secara rasional. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pemahaman tentang pentingnya perencanaan keuangan, pengetahuan ini membentuk sikap hati-hati dalam pengeluaran dan mendorong perilaku konsumsi yang lebih bijak. Oleh karena itu, meskipun arah pengaruh literasi keuangan bersifat negatif, pengaruhnya lebih besar karena peningkatan pemahaman keuangan dapat secara signifikan menekan kecenderungan perilaku konsumtif.

5. Analisis Deskriptif

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perilaku konsumtif	35	17	59	38,49	11,073
Literasi keuangan	35	11	20	14,97	2,723
P. aplikasi belanja online	35	21	45	33,51	6,784
Valid N (listwise)	35				

Sumber : Data olahan, 2025

Hasil analisis deskriptif variabel literasi keuangan, penggunaan aplikasi belanja online dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan

No	Klasifikasi	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	15 - 20	Tinggi	15	42,86%
2	10 - 14	Rendah	20	57,14%
		Jumlah	35	100%

Sumber : Data olahan, 2025

Adapun hasil olahan data mengenai distribusi frekuensi literasi keuangan diperoleh informasi bahwa secara umum literasi keuangan di kalangan mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Riau di kategori rendah, hal itu ditunjukkan oleh jawaban kuesioner variabel literasi keuangan dimana sebanyak 20 responden (57,14%) berada dalam kategori rendah dalam literasi keuangan.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Penggunaan Aplikasi Belanja Online

No	Klasifikasi	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	42 - 50	Sangat setuju	4	11,43%
2	34 - 41	Setuju	16	45,71%
3	26 - 33	Kurang setuju	11	31,43%
4	18 - 25	Tidak setuju	4	11,43%
5	10 - 17	Sangat tidak setuju	0	0,0
		Jumlah	35	100%

Sumber : Data olahan, 2025

Adapun hasil olahan data mengenai distribusi frekuensi penggunaan aplikasi belanja online diperoleh informasi bahwa secara penggunaan aplikasi belanja online di kalangan mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Riau menyatakan setuju, hal itu ditunjukkan oleh jawaban kuesioner variabel penggunaan aplikasi belanja online dimana sebanyak 16 responden (45,71%) berada menyatakan setuju. Total keseluruhan tingkat penggunaan aplikasi belanja online yang menyatakan setuju dan sangat setuju adalah 20 responden (57,14%).

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif

No	Klasifikasi	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	52 - 60	Sangat tinggi	5	14,29%
2	42 - 51	Tinggi	13	37,14%
3	32 - 41	Sedang	10	28,57%

4	22 - 31	Rendah	5	14,29%
5	12 - 21	Sangat rendah	2	5,71%
Jumlah			35	100%

Sumber : Data olahan, 2025

Adapun hasil olahan data mengenai distribusi frekuensi perilaku konsumtif diperoleh informasi bahwa secara umum perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa jurusan PIPS FKIP Universitas Riau di kategori tinggi, hal itu ditunjukkan oleh jawaban kuesioner variabel perilaku konsumtif dimana sebanyak 13 responden (37,14%) berada dalam kategori tinggi dalam perilaku konsumtif, dan diikuti dengan jumlah 5 responden lainnya (14,29%) berada pada kategori sangat tinggi dalam perilaku konsumtif. Total keseluruhan tingkat perilaku konsumtif yang berada dalam kategori sangat tinggi dan tinggi adalah 18 responden (51,43%) hal ini menunjukkan banyak mahasiswa yang berperilaku konsumtif.

B. Pembahasan

1. Pentingnya Literasi Keuangan bagi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan lebih baik cenderung mampu mengontrol pengeluaran, memahami prioritas kebutuhan, serta menghindari pembelian impulsif. Kondisi ini selaras dengan konsep dalam *Consumer Behavior Theory* yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016), di mana perilaku individu dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Dalam konteks ini, literasi keuangan memengaruhi faktor internal, yaitu sejauh mana seseorang mampu mengendalikan keputusan ekonominya. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang tinggi atau baik cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik, mampu menunda keinginan, serta mempertimbangkan manfaat jangka panjang daripada kepuasan sesaat. Literasi keuangan mencakup kemampuan mengelola risiko, membuat keputusan rasional, dan merancang keuangan masa depan. Sebagaimana dinyatakan oleh OJK dan diperkuat oleh pendapat Zulfialdi dan Sulhan (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan adalah kombinasi antara

pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan untuk mengelola sumber daya keuangan secara bijak. Tanpa bekal tersebut, mahasiswa lebih mudah terbawa arus konsumtif yang dibentuk oleh lingkungan sosial, iklan digital, dan kemudahan teknologi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian oleh Fairuz *et al.*, (2024), Putra dan Sinarwati, (2023), Vika *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang baik akan lebih berhati-hati dalam berbelanja, menghindari penggunaan fasilitas kredit atau paylater secara sembarangan, dan cenderung memprioritaskan kebutuhan dibanding keinginan. Hal ini juga diperkuat oleh temuan Nainggolan (2022) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor dominan dalam menekan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan rendah cenderung tidak memiliki kebiasaan mencatat pengeluaran, menyusun anggaran, atau menabung. Sebaliknya, mereka cenderung fokus pada konsumsi aktual yang bersifat emosional. Dalam konteks ini, mereka tidak hanya mengalami tekanan internal (seperti keinginan dan rasa ingin memiliki), tetapi juga tekanan eksternal berupa norma sosial dan tren digital yang mendukung hidup konsumtif.

Secara praktis, literasi keuangan dapat menjadi sarana pencegahan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian Udayanthi *et al.*, (2018) mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berarti semakin baik literasi keuangan yang diterapkan, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Mahasiswa yang memahami pentingnya menabung, memiliki rencana anggaran, dan mengontrol pengeluaran, akan memiliki pola pikir yang lebih disiplin terhadap penggunaan uang. Misalnya, dengan mencatat setiap pengeluaran, menetapkan batas pembelanjaan bulanan, atau memanfaatkan pengetahuan finansial untuk menabung dan berinvestasi. Kesadaran ini membuat mahasiswa tidak mudah tergoda oleh keinginan sesaat yang bersifat konsumtif.

Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa perlu menjadi perhatian, baik melalui pendidikan formal maupun kegiatan nonformal, seperti seminar, workshop, atau pelatihan pengelolaan keuangan pribadi. Kampus dapat berperan dalam menanamkan pengetahuan finansial dasar yang aplikatif agar mahasiswa mampu membuat keputusan keuangan yang lebih bijak. Dengan demikian, literasi keuangan dapat menjadi benteng yang kuat dalam mencegah munculnya perilaku konsumtif di era digital yang penuh dengan kemudahan akses dan godaan belanja online.

2. Keberadaan Aplikasi Belanja Online bagi Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja online berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa yang sering menggunakan aplikasi belanja online lebih mudah tergoda oleh berbagai promo, diskon, serta kemudahan fitur *paylater*, yang mendorong perilaku pembelian impulsif tanpa perencanaan. Kondisi ini selaras dengan konsep dalam *Consumer Behavior Theory* yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016), di mana perilaku individu dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal, dalam konteks ini penggunaan aplikasi belanja online mempengaruhi faktor eksternal yang memudahkan mahasiswa dalam mengakses berbagai produk dan penawaran terbaik. Aplikasi belanja online didukung oleh fitur-fitur seperti notifikasi *flashsale*, penawaran terbatas waktu, promo gratis ongkir, hingga sistem pembayaran *paylater*. Fitur-fitur ini memengaruhi persepsi mahasiswa seolah-olah kebutuhan untuk membeli menjadi mendesak dan menguntungkan, meskipun pada kenyataannya pembelian dilakukan secara impulsif dan tidak direncanakan. Hal ini sejalan dengan temuan Sianturi et al., (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi belanja online yang semakin marak dalam lingkungan mahasiswa dapat menciptakan norma sosial baru yang mendorong konsumsi secara impulsif.

Berdasarkan hasil kuesioner yang disusun dari empat indikator (intensitas, kenyamanan, kelengkapan informasi, dan

kemudahan), menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa aplikasi belanja online sangat mudah digunakan dan menawarkan berbagai kemudahan transaksi. Aspek kenyamanan dalam belanja, seperti tidak perlu keluar rumah, bebas memilih barang, serta metode pembayaran fleksibel (*COD*, transfer, *paylater*), menjadi alasan utama mengapa mahasiswa lebih memilih berbelanja melalui aplikasi dibandingkan toko fisik. Hal ini juga dijelaskan oleh Fadhilah (2023), bahwa faktor kemudahan dan kelengkapan informasi memiliki kontribusi kuat dalam keputusan pembelian secara digital. Kemudahan ini menciptakan lingkungan belanja yang dianggap berisiko rendah, di mana mahasiswa merasa tidak ada konsekuensi langsung dari setiap transaksi yang dilakukan, terlebih ketika menggunakan metode pembayaran tunda (*paylater*).

Hal ini menyebabkan penurunan kesadaran terhadap nilai uang dan pengeluaran yang sesungguhnya, sehingga mahasiswa lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini juga didukung oleh temuan Noviani et al., (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi belanja online secara intensif memiliki korelasi positif dengan perilaku konsumtif. Untuk mengurangi perilaku konsumtif, mahasiswa perlu menggunakan aplikasi belanja online secara lebih terkontrol dan rasional. Aplikasi belanja online sebenarnya dapat dimanfaatkan secara positif, misalnya untuk mencari kebutuhan dengan harga yang lebih terjangkau, membandingkan produk sebelum membeli, atau memanfaatkan promo untuk kebutuhan primer Sain et al., (2025). Mahasiswa dapat mengurangi perilaku konsumtif dengan beberapa strategi, seperti menetapkan batas anggaran bulanan untuk belanja daring, menghapus notifikasi promo dan diskon yang tidak penting, serta menunda pembelian minimal 24 jam sebelum memutuskan membeli barang yang bukan kebutuhan utama. Langkah-langkah sederhana tersebut dapat membantu mengendalikan dorongan emosional yang sering muncul saat melihat promo atau penawaran menarik di aplikasi belanja.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Literasi keuangan dan penggunaan aplikasi belanja online mempunyai pengaruh terhadap tingginya tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Faktor literasi keuangan memiliki kontribusi yang tinggi terhadap tingginya perilaku konsumtif, hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka perilaku konsumtif akan semakin menurun. Sebaliknya, penggunaan aplikasi belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan aplikasi belanja online, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

B. Saran

Berdasarkan temuan tersebut perguruan tinggi khususnya Universitas Riau, diharapkan dapat berperan aktif dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa melalui program-program edukatif yang terstruktur dan berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengintegrasikan materi literasi keuangan ke dalam kurikulum, menyelenggarakan seminar atau workshop secara rutin, serta melibatkan praktisi keuangan dalam kegiatan pembelajaran. Perguruan tinggi juga dapat bekerja sama dengan lembaga keuangan dan otoritas terkait seperti OJK untuk memberikan pelatihan langsung kepada mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan pribadi, penggunaan alat pembayaran digital secara bijak, serta bahaya perilaku konsumtif. Dengan adanya dukungan dari institusi pendidikan tinggi, mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan ekonomi digital, memiliki kemampuan untuk membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mampu mengontrol perilaku konsumsi agar tidak berlebihan. Upaya ini tidak hanya akan berdampak pada kesejahteraan finansial mahasiswa selama masa studi, tetapi juga akan membekali mereka dengan keterampilan hidup yang berguna di masa depan.

DAFTAR RUJUKAN

Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 2(1), 107–118.
<http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>

Asmit, B., & Koesrindartoto, D. P. (2015). *Identifying the Entrepreneurship Characteristics of the Oil Palm Community Plantation Farmers in the Riau Area*. 17(3), 219–236. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.8500>

Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>

Fairuz, H., Asmit, B. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Peserta Didik SMA Negeri 2 Siak Hulu. 3(1), 109–116.

Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>

Kurniadi, R., Syahza, A., & Suarman, S. (2018). Profil Literasi Keuangan Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi. *Sorot*, 13(2), 73. <https://doi.org/10.31258/sorot.13.2.7123>

Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 1–12. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>

Misi, H. L., Darwis, M. A. P., & Sabil, M. (2023). Pengaruh Aplikasi Belanja Online dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. *Mars Journal*, 3(2), 1–12.

Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>

- Nisa, C., Gimin, G., & Asmit, B. (2023). Analysis of Factors Influencing Students of the Faculty of Teacher Training and Education, University of Riau in Entrepreneurship. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 2(2), 1872–1882. <https://doi.org/10.57235/jetish.v2i2.683>
- Nirmala, N., Muntahanah, S., & Achadi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Feb Universitas Wijayakusuma Purwokerto. *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 11(01), 1–9. <https://doi.org/10.30591/monex.v11i01.2439>
- Noviani, D., Fitria, S. N., Salekhah, I. D., Febriyanti, E., Fitriyani, A. E., Purwo, A., & Utomo, Y. (2022). Pengaruh Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNNES Angkatan 2021. *Jurnal Potensial*, 1(2), 93–101. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Sain, J. C., Nasution, I. A., Putri, Y., Malau, E., & Daffala, M. F. (2025). *The Influence Of Digital Wallets , Financial Literacy And Online Shopping On The Consumptive Behavior Of Students At Universitas Prima Indonesia Pengaruh Dompot Digital , Literasi Keuangan Dan Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Prima Indonesia*. 6(3), 1946–1954.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *JCSR: Journal of Creative Student Research*, 1(2), 137–151. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165>
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>
- Sianturi, A., Kemalemta, J., Hidayat, N., & Nasution, M. D. (2024). Penggunaan Aplikasi Belanja Online , Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 3(5), 2440–2449.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Revisi 2021*. Pekanbaru: Unri Press.
- Triana, C. L., Gusnardi, G., & Trisnawati, F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi Siswa SMAN 1 Benai. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(5), 4583–4588. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i5.4407>
- Vika, Y. N., Gusnardi, G., & Isjoni, M. Y. R. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on the Financial Behavior of Economic Education Students of FKIP Universitas Riau. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 2(2), 1649–1657. <https://doi.org/10.57235/jetish.v2i2.673>
- Wahyudi, R. A., & Rochmawati, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 8(2), 52–62. <https://doi.org/10.26740/jpak.v8n2.p52-62>
- Zulfialdi, M. F., & Sulhan, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa Ptkin Di Jawa Timur. *MEA: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 7(2), 807–820. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3056>