

Volume 8 Nomor 1 April 2023

e-ISSN 2541-0938  
p-ISSN 2657-1528

# JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME  
8

NOMOR  
1

SINTANG  
APRIL  
2023

e-ISSN  
2541-0938  
p-ISSN  
2657-1528



#### **DEWAN REDAKSI**

Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)  
Aditya Aditya Halim Perdana Kusuma, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia  
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia  
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia  
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia  
Diyah Santi Hariyani, Universitas PGRI Madiun, Indonesia  
Emilia Dewiwati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia  
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia  
Husni Syahrudin, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia  
Inda Fresti Puspitasari, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia  
Maria Ulfah, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia  
Nikmatul Masruroh, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia  
Nuraini Asriati, Universitas Tanjungpura, Indonesia  
Rio Nardo, Universitas Binawan, Indonesia  
Suwinto Johan, President University, Indonesia  
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

#### **TIM REVIEWER**

Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia  
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia  
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia  
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia  
Dadang Lesmana, Badan Riset dan Inovasi Daerah Kab. Kutai Timur, Indonesia  
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia  
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia  
Dudung Ma'ruf Nuris, Universitas Negeri Malang, Indonesia  
Eko Eddy Supriyanto, STKIP Nahdlatul Ulama Tegal, Indonesia  
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia  
Muhammad Syaiful, Universitas Sembilanbelas November Kolaka  
Mohammad Hamim Sultoni, Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia  
M Dana Prihadi, Poltekkes YBA Bandung, Indonesia  
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia  
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia  
Muhammad Hasan, Universitas Negeri Makassar, Indonesia  
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia  
Muhammad Rahmattullah, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia  
Reni Yuliviona, Universitas Bung Hatta, Indonesia  
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia  
Sodik Dwi Purnomo, Universitas Wijaya kusuma Purwokerto, Indonesia  
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia  
Suratno Suratno, Universitas Jambi, Indonesia  
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia  
Umi Kalsum, Universitas Sriwijaya, Indonesia  
Yapiter Marpi, Universitas Jakarta, Indonesia  
Zulfia Hanum Alfi Syahr, Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

Alamat Redaksi:

Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia

Email: [jurnaljurkami@gmail.com](mailto:jurnaljurkami@gmail.com)

Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang





PENGARUH TRANSAKSI *E-COMMERCE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Sri Mulyati

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kuningan, Indonesia  
Author Email: [srimumlyati@uniku.ac.id](mailto:srimumlyati@uniku.ac.id)

*Article History:*

Received: March 2023

Revision: March 2023

Accepted: March 2023

Published: April 2023

*Keywords:*

Consumptive Behaviour;

E-commerce Transactions;

Lifestyle

**Abstract:**

*Overconsumption of goods and services is a tendency that is now on the rise, particularly among students. Students also exhibit the traits of a generation that is growing more and more resistant to technology development, especially online shopping. Any objective of this study is to analyze E-commerce transactions and lifestyle choices in relation to consumer demand by using a quantitative survey method. Research data was collected through a questionnaire, the research respondents were FKIP level IV undergraduate students at Kuningan University for the 2021/2022 academic year which consisted of six (6) study programs. The population in this study amounted to 279 and a sample of 164 students was drawn. Analysis of research data using multiple regression and prerequisite analysis of normality, multicollinearity and linearity of the data. The results of the study revealed that Shopee E-commerce transactions, lifestyle and consumptive behavior of students ranged from moderate criteria. The results of hypothesis testing show that E-commerce transactions and lifestyle affect the level of consumptive behavior. As students who live side by side with rapid technological developments, students should have self-awareness and behave more rationally.*

Sejarah Artikel

Diterima: Maret 2023

Direvisi: Maret 2023

Disetujui: Maret 2023

Diterbitkan: April 2023

Kata kunci:

Perilaku Konsumtif;

Transaksi *E-commerce*;

Gaya Hidup

**Abstrak:**

Konsumsi barang dan jasa secara berlebihan merupakan kecenderungan yang kini sedang meningkat, khususnya di kalangan pelajar. Mahasiswa juga menunjukkan ciri-ciri generasi yang semakin resisten terhadap perkembangan teknologi, khususnya belanja online. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis transaksi *E-commerce* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, menggunakan pendekatan kuantitatif metode survei. Data penelitian dikumpulkan melalui angket, responden penelitian adalah mahasiswa S1 FKIP tingkat IV Universitas Kuningan tahun akademik 2021/2022 yang terdiri dari enam (6) program studi. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 279 dan ditarik sampel sebanyak 164 mahasiswa. Analisis data penelitian menggunakan regresi ganda dan prasyarat analisis normalitas, multikolinearitas dan linieritas data. Hasil penelitian mengungkapkan transaksi *E-commerce* Shopee, gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa berkisar di kriterium sedang. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa transaksi *E-commerce* dan gaya hidup berpengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif. Sebagai mahasiswa yang berdampingan dengan perkembangan teknologi yang pesat dan seharusnya mahasiswa memiliki kesadaran diri dan bersikap lebih rasional



*How to Cite:* Mulyati, S. 2023. Pengaruh Transaksi *E-commerce* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8 (1) DOI : 10.31932/jpe.v8i1.2314



## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman di era modern, menjadikan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat semakin meningkat. Ditambah lagi dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat tentu membantu memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidupnya. Pada perkembangan teknologi saat ini, internet sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat. Setiap masyarakat mayoritas setiap harinya pasti tidak lepas dengan internet baik itu untuk komunikasi, mencari informasi ataupun lainnya. Dengan adanya fenomena yang terjadi saat ini banyak bermunculan berbagai penyedia layanan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi apa yang diinginkan masyarakat tersebut. Bisnis online merupakan peluang untuk masyarakat agar dapat mengembangkan bisnisnya yang sudah ada atau baru ingin merintis bisnis yang akan dilakukannya.

Saat ini penjualan tidak lagi hanya di toko saja akan tetapi sudah merambah ke internet, cara ini menjadikan kegiatan transaksi jual beli menjadi lebih praktis dan efisien. Bukan hanya itu saja, dengan meningkatnya pengguna internet dan sosial media maka peluang dalam berbisnis online menjadi lebih mudah lakukan bahkan berpotensi memiliki penghasilan yang cukup menjanjikan. Meskipun potensi dalam berbisnis online sangat menggiurkan, namun proses dan tantangan dalam berbisnis online juga mempunyai resiko karena semua kegiatan memiliki manfaat dan kerugian tersendiri khususnya dalam berniaga.

Bisnis online makin banyak dilirik oleh masyarakat, ada banyak sekali macam bisnis online salah satunya yang paling populer adalah *E-commerce*. Secara umum, pengertian *E-commerce* (perdagangan

elektronik) adalah kegiatan jual beli barang/jasa atau transmisi dana/data melalui jaringan elektronik, terutama internet. Dengan perkembangan teknologi informasi, hal ini membuat transaksi konvensional menjadi dilakukan secara elektronik. *E-commerce* merupakan jual-beli jasa atau barang secara online dengan memanfaatkan jaringan internet. Banyaknya pengguna *E-commerce* baik sebagai penjual maupun pembeli karena keunggulan *E-commerce* yang mampu bertransaksi kapan saja, diakses dari manapun, serta dapat menghemat biaya. Shopee merupakan marketplace yang berbasis mobile, Shopee pertama kali diluncurkan tahun 2015 di Singapura dan saat itu juga memperluas jaringannya di berbagai negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Saat ini Shopee tengah populer di berbagai kalangan masyarakat khususnya kalangan remaja yang menginginkan segala sesuatunya haruslah mudah, praktis, efisien, dan tentunya juga murah. Shopee hadir dengan memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu dengan banyaknya promo-promo, metode pembayaran yang mudah, gratis ongkir, harga barang yang lebih murah dan lain sebagainya. Dengan adanya penawaran-penawaran yang dapat menarik konsumen akan menjadikan masyarakat khususnya remaja lebih bersikap konsumtif, mereka akan rela menghabiskan uangnya hanya demi barang yang sebenarnya tidaklah terlalu dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan pada cara manusia melakukan transaksi jual-beli. Salah satu cara transaksi jual-beli



yang semakin diminati adalah *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* tidak hanya memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi, tetapi juga menawarkan kemudahan dalam memilih dan membeli produk dengan harga yang lebih murah. Di sisi lain, gaya hidup juga merupakan faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren dan gaya hidup yang sedang populer di kalangan sejawat mereka. Mereka juga memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda, sehingga dapat mempengaruhi pola konsumsi yang mereka pilih.

Menurut Dahlan (Amalia, 2022) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat keinginan semata. Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang saat ini banyak terjadi, meskipun tidak semua masyarakat berperilaku konsumtif, tetapi sebagian dari masyarakat mereka melakukan perilaku konsumtif dimana mereka membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu di butuhkan atau selain mengutamakan kebutuhan pangan, papan dan sandang, seperti yang diungkapkan Solihat and Arnasik Perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi secara besar-besaran dan berlebihan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya (Prasanti & Kamalia, 2022). Hal ini kerap terjadi terutama pada masyarakat yang hidup diperkotaan dan salah satunya remaja yang saat ini lebih dikenal dengan kaum

milennial, dengan didukungnya perkembangan internet yang makin cepat untuk mengakses *E-commerce* dan adanya iming-iming akan hadiah, bisa belanja tanpa perlu ke toko dan barang yang murah menjadikan masyarakat semakin luas untuk berperilaku konsumtif.

Menurut (Amaliya dan Setiaji, 2017) bahwa pola hidup konsumtif sering dijumpai dikalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan. Generasi muda tersebut yakni para mahasiswa dimana untuk seorang mahasiswa dianggap mampu dalam membedakan mana kebutuhan yang harus mereka penuhi dan mana yang hanya faktor keinginan atau hasrat individu.

Akan tetapi pada kenyataannya mahasiswa masih belum bisa mengontrol perilaku konsumtif mereka. Perilaku konsumtif tersebut membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama kelamaan menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan. Justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatanya dalam membelanjakan uangnya dan cara mengalokasikan waktu. Hal ini sejalan dengan penelitian Hariyono (2015) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki



hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja, dimana dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku membeli seseorang.

Kampus merupakan tempat mahasiswa memperoleh pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, dan lain sebagainya. Namun yang terlihat kampus dijadikan ajang pameran penampilan dan gaya hidup mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi dan mengikuti lingkungan sekitar. Permasalahan perilaku konsumtif memang sering terjadi, termasuk yang dialami oleh mahasiswa-mahasiswa saat ini, salah satunya mahasiswa FKIP tingkat IV Universitas Kuningan.

Berdasarkan Hasil Pra-Penelitian diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden sebanyak 16 mahasiswa FKIP, melalui pertanyaan berdasarkan empat poin indikator From (Savira & Suharsono, 2013) yakni 4 pertanyaan yaitu indikator pemenuhan kebutuhan "Saya membeli barang untuk konsumsi pribadi" memperoleh jawaban sebesar 75,00% indikator barang diluar jangkauan "Saya membeli produk secara tidak terencana" memperoleh jawaban sebesar 56,25% indikator barang tidak produktif "Saya membeli barang untuk mencoba merk dan model terbaru" memperoleh jawaban sebesar 68,75% dan indikator status "saya membeli dan memakai produk barang karena ingin menunjukkan kekhasan diri untuk meningkatkan kepercayaan diri" memperoleh jawaban sebesar 61,25%.

Berdasarkan pengamatan dilingkungan Universitas Kuningan khususnya di FKIP, dimana mahasiswa disiapkan untuk menjadi calon pendidikan yang seharusnya bisa menyikapi realitas yang lebih kritis dan juga lebih bijak, banyak dari teman-teman mahasiswa FKIP yang berbelanja di *marketplace* khususnya shopee secara berlebihan untuk dapat memenuhi gaya hidup dengan berpenampilan semenarik mungkin. Apalagi untuk mahasiswa FKIP tingkat empat Universitas Kuningan yang notabendnya mahasiswa tingkat akhir yang akan memasuki dunia kerja atau luar kampus, mereka ingin dianggap sebagai individu yang terpelajar, dengan pemikiran yang matang, berpenampilan menarik, rapih dan juga sopan santun.

Selanjutnya dari wawancara yang telah dilakukan beberapa mahasiswa bahwa mereka cenderung berbelanja secara berlebihan karena adanya voucher gratis ongkir, diskon, dan adanya hadiah. Mereka rela menghabiskan uang mereka demi memuaskan hasrat berbelanja. Begitu juga yang penulis rasakan sebagai mahasiswa tingkat akhir bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi dalam berperilaku konsumtif ketika melihat gaya hidup teman sebaya yang berpakaian modis dan sangat populer sehingga ingin berpenampilan demikian. Ditambah lagi adanya *marketplace* khususnya shopee yang menyuguhkan kemudahan-kemudahan serta diskon yang menarik sehingga tergiur untuk berbelanja secara berlebihan.

Dari penelitian 'Ainy (2020) diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon, sedangkan dalam penelitian Aisyah, et al, (2023) berjudul Analisis Peran *E-commerce* terhadap Perilaku Konsumtif Remaja disimpulkan remaja



Kabupaten Jombang yang dijadikan sebagai sampel penelitian tidak mengalami kecanduan belanja online. Adapun dalam penelitian Jannah (2019); Puryasari (2019); “Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA”. Terdapat beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu diantaranya variabel yang berbeda dimana pada penelitian yang terdahulu terutama pada variable bebasnya yang berbeda pula yaitu populasi yang digunakan. Dalam penelitian ini yang

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh transaksi *E-commerce* Shopee dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa FKIP Tingkat empat Universitas Kuningan Tahun Akademik 2021/2022”. Berdasarkan permasalahan tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh transaksi *E-commerce* shopee dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pelaku bisnis e-commerce dalam memahami perilaku konsumtif mahasiswa dan meningkatkan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi

mahasiswa dalam mempertimbangkan keputusan pembelian yang lebih bijak dan efisien.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) jenis penelitian kuantitatif adalah “digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Terdapat tiga variabel dimana variabel independen pada penelitian ini adalah *E-commerce* (X1) dan gaya hidup (X2) sedangkan variable dependen adalah perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan tingkat akhir tahun akademik 2021/2022. Jumlah keseluruhan populasi dalam penelitian ini sebanyak 279 orang. Kemudian teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling*, diperoleh sampel sebanyak 164 mahasiswa, secara lebih jelas jumlah responden disajikan melalui tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Populasi dan Sampel Penelitian**

Program Studi	Populasi	Sampel
Pendidikan Ekonomi	33	20
Pendidikan Biologi	21	12
Pendidikan Matematika	21	12
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	54	32
Pendidikan Bahasa Inggris	51	30
Pendidikan Guru Sekolah Dasar	99	58
<b>Jumlah</b>	<b>279</b>	<b>164</b>

Sumber: data diolah (2022)



Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan skala likert 5 option. Berdasarkan pada hasil pengujian instrument penelitian bahwa 14 pernyataan pada variable X1 (transaksi *E-commerce*), sebanyak 15 pernyataan untuk mengukur variable X2 (gaya hidup), serta 16 pernyataan untuk mengukur variable Y (perilaku konsumtif) telah memenuhi uji instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas (sahih dan reliabel).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana gambaran tentang Transaksi *E-commerce* Shopee (X1), Gaya Hidup (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y). Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dikategorikan dalam tiga kategori yang terdapat pada distribusi kecenderungan.

**Tabel 2. Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel	Kriterium	F	Ket
X1	Tinggi	36	Sedang
	Sedang	128	
	Rendah	0	
X2	Tinggi	36	Sedang
	Sedang	128	
	Rendah	0	
Y	Tinggi	5	Sedang
	Sedang	159	
	Rendah	0	
<b>Jumlah</b>		<b>100%</b>	

Sumber: data diolah (2022)

Dari hasil pengolahan dan analisis deskriptif dari setiap variable dalam penelitian diatas, dapat penulis simpulkan bahwa diperoleh gambaran *E-commerce* Shopee (X1), Gaya Hidup (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y) berdasarkan angket yang disebarakan kepada Mahasiswa FKIP Tingkat empat Universitas Kuningan

Tahun Akademik 2021/2022 mencapai >70% yang termasuk ke dalam kriterium Sedang.

Selanjutnya sebelum pada pengujian hipotesis, dilakukan uji prasyarat statistic meliputi pengujian normalitas, multikolinieritas, dan uji linearitas data. Berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistics Versi 23.0*, diperoleh hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel berasal dari data yang berdistribusi normal, hal ini terlihat dari koefisien *Asymp. Sig. (2-tailed)* berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* > 0,05.

Adapun hasil pengujian menggunakan uji multikolinieritas untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas (independen), diperoleh *Nilai Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, diperoleh nilai VIF variabel *E-commerce* Shopee (X1) dan Gaya Hidup (X2) adalah  $1.018 < 10$ , serta angka tolerance > 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian.

Pengujian prasyarat ketiga yaitu uji linearitas. Uji Linieritas Regresi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linier atau tidak. Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh output SPSS diperoleh nilai signifikasi linieritas pada pengaruh X1 terhadap Y memiliki nilai signifikasi 0,196, sedangkan nilai signifikasi linieritas X2 terhadap Y memiliki nilai signifikasi 0.205. artinya terdapat hubungan yang linier antara X1 dan X2 dengan Y ditunjukkan dengan nilai signifikasi  $0,196 > 0,05$  dan  $0.205 > 0,05$ .



Dari uji prasyarat statistik yang telah dilakukan semua terpenuhi dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis regresi ganda. Dalam penelitian ini

pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS dengan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	43.373	5.951		7.288	.000
<i>E-commerce</i> Shopee	.069	.097	.176	2.010	.001
Gaya Hidup	.146	.086	.134	1.981	.003

a. *Dependent Variable: Y*

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, dapat diketahui nilai thitung untuk *E-commerce* Shopee (X1) yaitu sebesar 2.010 dengan nilai signifikan 0,001 (<0,05) dengan nilai ttabel sebesar 1,974 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.010 > 1.974$ ) dapat disimpulkan bahwa Hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan transaksi *E-commerce* shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa diterima. Selanjutnya pada variable Gaya hidup (X2) diperoleh thitung sebesar 1,981 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan signifikan terlihat bahwa koef sig kurang dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Oleh karena itu, hipotesis selanjutnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa diterima.

Selanjutnya untuk melihat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y dilakukan analisis pengujian dengan Uji F dengan menggunakan SPSS Statistics Versi 23.0. Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis diperoleh nilai F hitung = 3.909. Berarti  $F_{hitung} > F_{tabel} = 3.909 > 3,05$  dan sig. = 0,000 < 0,05, maka dinyatakan signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Transaksi *E-commerce* Shopee dan Gaya Hidup secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Selanjutnya Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel independen (variabel X1 dan variabel X2) terhadap variabel dependen (variabel Y), berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.352 <sup>a</sup>	.323	.304	5.49841

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan hasil pada table 4 diatas dapat diketahui bahwa R square ( $R^2$ ) = 0,323 maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (KD):  $0,323 \times 100 =$

32,3%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa 32,3% perilaku konsumtif ditentukan oleh faktor adanya *E-commerce* shopee dan gaya hidup,

sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian lain yang menyatakan bahwa transaksi *E-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi transaksi yang dilakukan akan cenderung meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam berbelanja online cenderung tidak berdasarkan kebutuhan tapi keinginan. Hal ini sejalan dengan Yuniarti (2015) yang menyatakan bahwa masyarakat berperilaku cenderung konsumtif tidak memikirkan kebutuhan masa depan dan akan mengkonsumsi lebih banyak saat ini tanpa mempertimbangkan pemasukan. Jika terlihat dari hasil pengamatan peneliti perilaku konsumtif ini sangat banyak dilakukan mahasiswa adalah dari beberapa situasi seperti mudah dipengaruhi oleh ajakan dari teman untuk berbelanja online. Kholilah (dalam Pariwang, 2018) juga menjelaskan pengaruh teman merupakan salah satu faktor yang menentukan perilaku konsumtif mahasiswa.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa ketika banyak orang dalam suatu kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, orang lain yang paling dekat dengan mereka cenderung mengikuti. Menurut (Fernandes & Londhe, 2015) biasanya perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dan kekuatan tersebut disebut sebagai pengaruh sosial yang meliputi: Pengaruh peran dan keluarga, Kelompok referensi, Kelas sosial, Budaya dan sub-budaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Minanda, et al (2018) Umumnya mahasiswa melakukan belanja online

bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Temuan penelitian juga menunjukkan beberapa hobi atau kesenangan mayoritas mahasiswa untuk selalu mengupdate fashion, oleh karena itu, mereka cenderung selalu berusaha mengikuti trend.

Penegasan ini sejalan dengan pernyataan Yuniarti (2015) yang menyatakan bahwa mahasiswa sekarang saling berlomba untuk menunjukkan hal-hal baru dan mencoba mengejar ketertinggalan, terutama dalam hal fashion. Studi tersebut menetapkan lima faktor utama yang memengaruhi preferensi mahasiswa untuk belanja online. Pertama, harga barang di toko online juga jauh lebih murah daripada toko offline, hal ini dikarenakan toko online tidak memerlukan biaya operasional yang besar (Utamanyu & Darmastuti, 2022). Kedua, kemudahan. Ini sejalan dengan pendapat Kotler & Armstrong (Bhuwaneswary 2016) yang menyatakan bahwa toko online memberikan banyak kemudahan bagi pembeli. Belanja online menjadi tren baru yang terasa lebih sederhana, efisien, dan cepat tanpa ditemui hambatan yang berarti. Biaya transportasi dan waktu berbelanja terasa akan sangat menjadi lebih hemat dan lebih efektif (Ahmadi, et al, 2018). Ketiga, kepercayaan adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dan keputusan. Dari hasil tersebut muncul kepercayaan karena barang yang dipesan sesuai dengan yang dikirim dan kualitasnya sesuai dengan yang tertulis di deskripsi barang. Meskipun dua responden pernah mengalaminya masalah saat berbelanja, mereka tidak pernah berhenti membeli produk. Keempat, hasil



kajian menunjukkan adanya ketersediaan barang, serta barang yang ditawarkan sangat *up to date*, berdasarkan hasil pengamatan peneliti terlihat Melihat barang-barang terbaru yang menarik menimbulkan perasaan senang dan membuat mahasiswa cenderung berbelanja lebih sering.

Faktor kelima dan terakhir adalah promosi, yang dilakukan dengan berbagai cara, termasuk hasil penggunaan media sosial, endorsement, iklan di televisi dan YouTube, dan penyediaan promo atau harga diskon, membuat konsumen lebih tertarik. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menjelaskan bagaimana toko online secara beragam mempromosikan produknya, seperti dengan memberikan diskon dan hadiah. (Jadav dan Khanna 2016). Diperkuat pendapat Faesol (Rahayu, 2019) Sikap atau perilaku konsumen terhadap diskon dan hadiah memiliki efektifitas dalam mempengaruhi niat beli konsumen dalam penentuan produk yang akan dibeli atau dikonsumsi.

Berdasarkan pada hasil penelitian jelas menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif orang tersebut atau dengan kata lain gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Alamanda (2018), dan Yuniarti (2015). Gaya hidup atau dikenal dengan istilah *lifestyle* mahasiswa saat ini berubah sangat cepat cenderung lebih ingin terlihat mewah, misalnya dalam hal penampilan yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung menimbulkan biaya hidup yang lebih tinggi karena tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi lebih mengarah pada pemenuhan keinginan.

Haryani dan Herwanto (Alamanda, 2018) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku pembelian seseorang. Berbelanja merupakan cerminan dari gaya hidup seseorang dan sebagai bagian dari *habbit* bagi kelompok sosial tertentu.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel transaksi *E-commerce* (X1) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Terdapat pengaruh positif variabel gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Variabel yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah variabel gaya hidup (X1). Mengenai ini maka harus ada tindak lanjut salah satunya adalah Institusi universitas seharusnya lebih menekankan pada teori dan implementasi berbagai mata kuliah yang mendukung mahasiswa untuk mengurangi perilaku konsumtif. Materi dalam mata kuliah ini dapat menambah pengetahuan mahasiswa tentang pentingnya berinvestasi dan menabung, serta bagaimana menggunakan skala prioritas dalam konsumsi agar tidak mubazir, dan menerapkan cara mengantisipasi kebutuhan mendesak yang tidak terduga. Mahasiswa disarankan untuk mengurangi gaya hidup hedonis untuk menghindari perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan lebih bersifat rasional.

## DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S.N., et al. 2023. Analisis Peran E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Journal Of Education And Management Studies* Vol. 6, No. 1, Februari 2023 Hal. 26-30e-ISSN: 2654-5209e



- 'Ainy, Z.N. 2020. Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* Vol. 4, No. 2 Desember 2020, Hal. 226-235 E-ISSN: 2549-0893 DOI: 10.29408/jpek.v4i2.2672
- Ahmadi, F., Sunyoto, Ardiansari, A. 2018. Pengaruh Perdagangan Online Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Semarang. *Riptek* Vol. 12, No. 2, Tahun 2018 Hal. 107-118
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Psikoborneo, 6(2), 410-419. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/viewFile/4570/pdf>
- Amalia, R.J. 2022. Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam - JIEBI* Vol. 4 No. 1 Tahun 2022
- Amaliya, L., Setiaji, K. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal* Vol 6 (3) (2017) <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Bhuwaneswary, A. (2016). Perilaku Belanja Online dan Kontrol Diri Mahasiswa Belitung di Yogyakarta Tahun 2016. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*, 222-234.
- Hasslinger, Anders, Selma Hodzic, and Claudio Opazo. (2007). "Consumer Behaviour in Online Shopping."
- Hariyono, P. (2015). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *eJournal Psikologi*, 3(2),569- 578
- Jadhav, V., & Khanna, M. (2016). Factors Influencing Online Buying Behavior of College Students: A Qualitative Analysis. *The Qualitative Report*, 21(1), 1-15. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2016.2445>
- Jannah, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 3(2), 117-124. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n2.p117-124>
- Minanda, A., Roslan,S., Anggraini, D. 2018. Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal*; Vol. 3; No. 2; 2018 ISSN: 2503-359X; Hal. 433-440
- Pariwang, S. (2018). *Modernitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unismuih Makassar*. Thesis tidak diterbitkan. Makassar: Pendidikan Sosiologi Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar.
- Prasanti, R.P., Kamalia, P.U., 2022. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Selama Pandemi: Seberapa Besar Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri?. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7 (1) DOI: 10.31932/jpe.v7i1.1514
- Puryasari, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa



Pendidikan Ekonomi Stkip PGRI Tulungagung. *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 3(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.30599/utility.v3i1.520>

Savira, F., & Suharsono, Y. (2013). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta

Utamanyu, R.A., Darmastuti, R. 2022. Budaya Belanja Online Generasi Z dan Generasi Milenial di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan di Online Shop Beauty by ASAME) *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 12, No. 1, Juli 2022, 58-71 DOI: 10.9744/scriptura.12.1.58-71 ISSN 1978-385X (Print) / ISSN 2655-4968 (Online)

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia

