

## Perilaku Konsumtif Mahasiswa dari Keluarga Menengah di Kota Kupang: Implikasi Interaksi Teman Sebaya dan Literasi Keuangan

Enjelika Vera Nabeni<sup>1</sup>, Nilam Suryani Sastra Ngailo<sup>2</sup>, Itamar Vebrianti Hauteas<sup>3</sup>, Hengki Irvanto Lao Nada<sup>4</sup>, Ryan Reivener Padaleti<sup>5</sup>, Fernando Saragih<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Email: <sup>1</sup>enjelikavera2511@gmail.com, <sup>2</sup>nilamsuryani04@gmail.com, <sup>3</sup>tamarhauteas2004@gmail.com, <sup>4</sup>reivenerpadaleti@gmail.com, <sup>5</sup>nadalaohengki@gmail.com, <sup>6</sup>fernando.saragih@staf.undana.ac.id

### Abstrak

Pada masa sekarang perilaku konsumtif merupakan salah satu masalah yang krusial yang dihadapi berbagai mahasiswa. Perilaku ini tercermin dalam gaya hidup modern yang cenderung mengikuti tren terbaru tanpa mempertimbangkan kebutuhan nyata dan rasional sehingga memperparah perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu perilaku konsumtif dipengaruhi oleh teman sebaya dan literasi keuangan, yang mana dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei, dengan 80 responden mahasiswa berusia 19-25 tahun dengan pendapatan minimal Rp 1.000.000. Teknik sampling yang dipakai ialah probability sampling dengan pendekatan insidental. Populasi dalam kajian ini mencakup seluruh mahasiswa di lima perguruan tinggi di Kota Kupang. Instrumen penelitian terdiri dari 47 pernyataan yang layak digunakan. Pengolahan data dilakukan melalui analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasilnya, pengaruh teman sebaya terhadap perilaku konsumtif bersifat positif (0,700) dan signifikan (0,000), sedangkan literasi keuangan menunjukkan pengaruh positif (0,006) namun tidak signifikan (0,953). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan  $F$  hitung 66,758 >  $F$  tabel 3,11 dan signifikansi 0,000.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Lingkungan Teman Sebaya, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Tren

### Abstract

*In the current era, consumptive behavior has become one of the crucial issues faced by many university students. This behavior is reflected in a modern lifestyle that tends to follow the latest trends without considering actual and rational needs, thereby exacerbating excessive consumptive tendencies. In addition, consumptive behavior is influenced by peer groups and financial literacy. This study employed a quantitative approach using a survey method, involving 80 student respondents aged 19–25 years with a minimum monthly income of IDR 1,000,000. The sampling technique used was probability sampling with an incidental approach. The population of this study included all students from five universities in Kupang City. The research instrument consisted of 47 valid statements. Data analysis was conducted through descriptive analysis, classical assumption tests, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results indicate that peer influence has a positive (0.700) and significant (0.000) effect on consumptive behavior. Meanwhile, financial literacy shows a positive (0.006) but not significant (0.953) effect. Simultaneously, both variables have a significant effect, with  $F$ -count of 66.758 greater than  $F$ -table of 3.11 and a significance value of 0.000.*

**Keywords:** Consumptive Behavior, Financial Literacy, Lifestyle, Peer Environment, Trends

## 1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan yang dipenuhi dengan kemudahan akses informasi dan perkembangan teknologi, pola hidup mahasiswa terus berubah secara signifikan, perubahan ini sering kali mendorong perilaku konsumtif yang tinggi. Salah satu faktor utama adalah ketergantungan pada teknologi digital. Mahasiswa kini hidup dalam dunia yang serba terhubung, di mana smartphone, laptop, dan internet menjadi kebutuhan pokok. Media sosial dan platform belanja online membuat mereka mudah terpapar iklan dan tren terkini. Hal tersebut sejalan dengan pendapat dari Azizah & Andriansyah, (2024) bahwa generasi Z kerap terpengaruh oleh gaya hidup dan produk-produk yang sedang tren lewat media sosial,

yang kemudian mendorong mereka untuk memiliki barang-barang tertentu atau mengikuti tren demi membentuk citra diri yang sesuai dengan keinginan mereka. Tidak jarang, keinginan untuk memiliki gadget terbaru atau mengikuti gaya hidup "kekinian" mendorong mereka untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan.

Fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) merupakan perasaan takut tertinggal informasi, tren, atau hal yang sedang populer di kalangan sosial. FOMO dapat terjadi pada mahasiswa karena tekanan sosial dan kebutuhan untuk selalu terhubung dengan lingkungannya. Dalam konteks gaya hidup mahasiswa yang serba digital, FOMO sering kali muncul akibat terpapar konten media sosial yang memperlihatkan teman-teman mereka memiliki barang baru, mengikuti tren terkini, atau menghadiri acara populer. Dampaknya, mahasiswa cenderung melakukan pembelian *impulsif* atau mengikuti tren agar tidak merasa tertinggal dari lingkungannya. Hal ini pada akhirnya dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana mahasiswa membeli barang atau mengikuti gaya hidup tertentu tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya, semakin memperparah perilaku ini. Hal tersebut didukung oleh pendapat Saputra & Wala, (2024) yang menjelaskan bahwa seseorang dapat memanfaatkan media sosial untuk menampilkan gaya hidup, pembelian, serta destinasi perjalanan mereka, yang kemudian menjadi panutan bagi orang lain, dorongan ini muncul karena adanya rasa takut tertinggal (FOMO), yakni kekhawatiran akan melewatkan pengalaman atau tren yang sedang populer. Mahasiswa sering merasa takut ketinggalan tren atau informasi terbaru, sehingga mereka cenderung mengikuti apa yang dilakukan oleh teman sebaya atau influencer di media sosial. Hal ini membuat mereka lebih rentan terhadap tekanan sosial untuk membeli produk atau mengikuti gaya tertentu, meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan atau kemampuan finansial mereka. Akibatnya, konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan hal negatif pada pengelolaan keuangan dan kesejahteraan mereka keseluruhan. Kemudahan transaksi online juga menjadi pemicu perilaku konsumtif. Dengan adanya *e-commerce*, program cicilan tanpa bunga, dan pembayaran digital, mahasiswa semakin mudah melakukan pembelian impulsif. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Hardhika & Huda, (2021) yang mengindikasikan bahwa *e-commerce* berkembang mengubah tingkah laku konsumen dalam membeli produk dari offline menjadi online. Mereka sering kali tergoda untuk membeli barang hanya karena sedang diskon atau karena melihat teman-temannya membeli produk tersebut. Hal ini menyebabkan pola hidup boros, di mana uang lebih banyak dihabiskan untuk keinginan daripada kebutuhan. Tekanan sosial dari lingkaran pergaulan seusia turut menjadi determinan dalam membentuk perilaku konsumtif. Mahasiswa sering kali merasa perlu mengikuti tren atau memiliki barang tertentu agar diterima dalam kelompok sosialnya. Banyak mahasiswa belum menguasai literasi finansial secara memadai, sehingga mereka condong untuk menghabiskan uang tanpa perencanaan yang matang. Alih-alih menabung atau memikirkan kebutuhan jangka panjang, uang sering kali dihabiskan untuk hal-hal yang bersifat sesaat. Hal ini sejalan dengan pendapat Pulungan & Febriaty, (2018) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, terutama yang berkaitan dengan konsumsi barang-barang sekunder atau barang yang bukan merupakan kebutuhan utama. Lestarina et al., (2017) juga berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan namun untuk memenuhi hasrat, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Bagi mahasiswa, gaya hidup konsumtif bisa menguras uang untuk hal yang tidak penting, mengganggu fokus belajar, dan mengurangi kesempatan untuk menabung atau merencanakan masa depan. Hal ini ditegaskan oleh pendapat dari Kurniawan, (2017) yang mengemukakan bahwa jika dilihat dari perspektif berimplikasi buruk, maka gaya hidup yang tinggi akan menghasilkan dampak pada pola hidup yang berlebihan dan rasa iri sosial, individu terdorong untuk melakukan konsumsi berdasarkan hasrat, bukan kebutuhan rasional, sehingga keputusan pembelian kerap dilakukan tanpa pertimbangan matang. Akibatnya, sebagian mahasiswa terpaksa berhutang, baik kepada teman, keluarga, maupun melalui pinjaman online, yang pada akhirnya dapat menyebabkan beban finansial yang berat. Secara akademik, gaya hidup konsumtif dapat berdampak pada menurunnya fokus belajar. Mahasiswa yang terlalu sibuk mengejar tren atau mencari cara untuk membiayai gaya hidupnya bisa mengalami kelelahan mental serta kesulitan mengatur waktu, yang berujung pada prestasi akademik yang menurun. Selain itu, dari segi psikologis, tekanan sosial untuk selalu tampil sesuai standar tertentu dapat menyebabkan

stres, rendahnya rasa percaya diri, bahkan kecemasan sosial bagi mereka yang merasa tidak mampu mengikuti tren. Dampak lingkungan juga tak bisa diabaikan. Mahasiswa yang konsumtif cenderung sering membeli barang-barang yang tidak tahan lama, seperti pakaian fast fashion atau gadget yang cepat tergantikan, yang pada akhirnya meningkatkan limbah elektronik dan tekstil. Pola konsumsi yang tidak berkelanjutan ini berkontribusi terhadap degradasi lingkungan dalam skala yang lebih luas.

Berdasarkan gambaran di atas ditemukan bahwa perilaku konsumtif di kalangan remaja cukup tinggi, perilaku konsumtif yang tinggi tersebut tergambar dari gaya hidup yang semakin modern dan pada akhirnya mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat. Tren media sosial, iklan, dan lingkungan sekitar menjadi pemicu utama dalam meningkatkan daya tarik terhadap berbagai produk dan layanan. Hal ini sejalan dengan Masalutun Nisak & Sulistyowati, (2022) mengatakan bahwa yang mendasari gaya hidup konsumtif adalah keputusan yang diambil setelah melihat iklan yang menunjukkan promosi atau diskon, kemudahan praktis yang diperoleh, serta variasi dalam sistem pembayaran, pengantaran dan harga. Kemudahan akses terhadap belanja online serta sistem pembayaran yang fleksibel semakin mempercepat keputusan untuk berbelanja tanpa perencanaan yang matang. Adapun tekanan dari lingkungan sosial, juga berperan besar dalam membentuk kebiasaan konsumtif. Hal ini didukung oleh Lestari, (2024) bahwa pengaruh lingkungan sosial memberikan dampak pada orang lain seperti mengubah tingkah laku seseorang, membentuk bagaimana orang lain dapat mempengaruhi dan mengubah keputusan perilaku. Sapara et al., (2020) juga turut menegaskan bahwa pergaulan dalam lingkungan pertemanan memiliki pengaruh yang cukup dominan dalam membentuk perkembangan sosial remaja, yang lebih utama lingkungan teman sepermainan dapat memicu pengaruh yang sangat besar baik konstruktif maupun destruktif pada pertumbuhan interaksi sosial remaja. Keinginan untuk tetap mengikuti tren atau merasa tidak tertinggal dalam kelompok sosial tertentu sering kali mengajak seseorang untuk membeli produk yang sejatinya tidak terlalu dibutuhkan.

Tabel 1. Data Pengeluaran Bulanan di Kalangan Mahasiswa

Perguruan Tinggi	Range Pengeluaran Bulanan (Rp)	Jumlah Mahasiswa
UNDANA	1.000.000 - 2.000.000	17
POLTEK	1.000.000 - 2.000.000	8
POLITANI	1.000.000 - 2.000.000	7
POLTEKKES	1.000.000 - 2.000.000	11
IAKN	1.000.000 - 2.000.000	6

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tercermin dari besarnya pengeluaran bulanan yang berkisar antara Rp 1.000.000 hingga Rp 2.000.000. Jumlah ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mengalokasikan dana yang cukup besar, bukan hanya untuk kebutuhan dasar, melainkan membeli barang-barang tambahan yang tidak terlalu dibutuhkan. Fenomena ini menandakan bahwa tren konsumsi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan mahasiswa, baik untuk memenuhi kebutuhan akademik seperti gadget dan perlengkapan studi, maupun untuk keperluan hiburan, gaya hidup, dan kebutuhan sosial lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas fokus kajian ini terletak pada perilaku konsumtif remaja atau gen z. Dimana salah satu kajian yang relevan untuk mengatasi persoalan ini adalah menurut pendapat Haq et al., (2023) ada beberapa faktor yang mengintervensi perilaku konsumtif yakni literasi keuangan dan teman sebaya. Selain itu Dewi et al., (2017) juga menuturkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor sosial (teman sebaya) dan faktor kepribadian (literasi keuangan). Dalam hal ini, teman sebaya dapat mendorong seseorang untuk mengikuti tren tertentu, sedangkan kemampuan individu dalam memahami keuangan menjadi faktor psikologis yang menentukan keputusan pembelian. Berdasarkan paparan di atas adapun solusi yang ditawarkan peneliti. Argumen serupa turut diungkapkan oleh Bado et al., (2023) yang menyebutkan bahwa meningkatkan literasi keuangan sangat penting agar individu memiliki pemahaman dan kemampuan yang dibutuhkan untuk memperbaiki kesejahteraan finansial mereka. Sementara itu kelompok teman sebaya menimbulkan efek yang dominan terhadap perilaku konsumtif mereka.

Teman sebaya dapat mempengaruhi pilihan dalam berpakaian, hobi, komunitas, serta berbagai aktivitas sosial lainnya. Remaja sering kali membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, namun

karena menganggap perspektif orang lain itu lebih penting dan yang lebih utama supaya terlihat menarik seperti teman sebayanya. Hal yang sama diungkapkan oleh Kurnia & Hakim, (2021) yang menyebutkan bahwa teman sebaya berpotensi menimbulkan pengaruh dalam menentukan cara berpakaian, hobi, pertemuan, serta aktivitas sosial yang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, Nur Oktaviani et al., (2023) juga berpendapat bahwa teman sebaya berperan dalam menentukan keputusan konsumsi mahasiswa, sering kali membuat mereka membeli barang berdasarkan tren dalam kelompoknya. Deviyanti & Jannah, (2025) juga menegaskan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh besar pada perilaku konsumtif, di mana individu biasanya meniru pola konsumsi kelompoknya agar diterima dalam lingkungan sosial.

Tingginya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa seringkali dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman dalam mengelola keuangan. Ketidaktahuan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan membuat mahasiswa cenderung mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kondisi finansial mereka. Hal ini menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan berisiko menimbulkan masalah keuangan di masa depan. Ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kusumaningtyas & Sakti, (2017) literasi keuangan yang masih rendah didukung dengan kecenderungan pola hidup berlebihan karena kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan membuat individu mudah terpengaruh oleh tren yang meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, hal yang sama juga dikemukakan oleh Dunn et al., (2016) menyebutkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung kesulitan dalam memprioritaskan kebutuhan, yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Begitupun dengan Yahya, (2021) yang menyebutkan bahwa ketika seseorang menjalani cara hidup yang terpusat pada kepuasan diri, mereka cenderung menunjukkan perilaku konsumtif.

Berdasarkan penjelasan di atas hal ini sejalan dengan kajian terdahulu dimana menurut Muttaqin et al., (2022) terdapat pengaruh yang positif (0,397) dan signifikan (0,000) antara variabel kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi. Hal serupa diungkapkan oleh Fauzi & Sulistyowati, (2022) bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif (0,403) dan signifikan (0,00) terhadap perilaku konsumtif pada Player Call of Duty. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mar'ah et al., (2025) bahwa literasi keuangan dan juga teman sebaya secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kabupaten Tegal yang ditunjukkan dengan nilai positif (0,663) dan nilai signifikansi 0,000.

Keterbaruan dalam penelitian ini berfokus pada mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang pendapatannya mulai dari 1.000.000 ke atas. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif tidak selalu ditentukan oleh jumlah uang, tetapi bisa juga oleh pengaruh teman sebaya dan gaya hidup. Untuk memperkuat kajian ini penelitian difokuskan pada lima perguruan tinggi. Penelitian melibatkan mahasiswa usia 19-25 tahun cenderung konsumtif akibat kurangnya pengalaman dan mudah terpengaruh lingkungan. Selain itu, mahasiswa yang tidak memiliki atau jarang menggunakan buku tabungan cenderung memiliki pengeluaran yang tidak terkontrol, berbeda dengan mereka yang rutin menabung.

Pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana pengaruh teman sebaya dan literasi keuangan baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif, selain itu pada penelitian ini juga mengutamakan temuan yang berfokus pada kampus dan orang tua untuk memperkuat pembinaan keuangan. Kampus dapat menyediakan edukasi literasi finansial, sementara orang tua bisa membimbing anak dalam mengatur keuangan. Diharapkan ke depan, penelitian bisa menggali lebih dalam alasan pengeluaran tinggi dan mempertimbangkan faktor usia, kebiasaan menabung, dan pendapatan keluarga untuk pemahaman yang lebih menyeluruh. Berdasarkan paparan di atas peneliti tertarik mengambil *Dinamika Perilaku Konsumtif Mahasiswa dari Keluarga Menengah di Kota Kupang: Implikasi Interaksi Teman Sebaya dan Literasi Digital*.

## **2. METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini peneliti berfokus pada pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel probability sampling yang dimana jumlahnya ditentukan dengan teknik insidental. Penelitian ini dilakukan pada perguruan tinggi negeri di kota kupang. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang ada dilima perguruan tinggi negeri di Kota Kupang,

yang berjumlah 80 mahasiswa. Penelitian ini berfokus pada mereka yang berusia 19-25 tahun dan memiliki pengalaman dalam mengelola keuangan.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang berjumlah 47 pernyataan (dengan rinciannya X1 sebanyak 18, X2 sebanyak 15, Y sebanyak 14.) yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Adapun uji instrumen dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas (Alpha Cronbachs)	rhitung	rtabel	Keterangan
Teman Sebaya (18 pernyataan)	0,951	0,486-0,892	0,2709	Valid dan Reliabel
Literasi Keuangan (15 Pernyataan)	0,893	0,38-0,803	0,2709	Valid dan Reliabel
Perilaku Konsumtif (14 Pernyataan)	0,937	0,391-0,891	0,2709	Valid dan Reliabel

Pernyataan-pernyataan tersebut disusun dalam tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Definisi Operasional

No	Defenisi Operasional	Indikator variabel
1.	Teman sebaya mencakup pada kelompok individu muda yang memiliki rentang usia serta tingkat pengembangan yang seimbang, dimana ketika tercipta ikatan relasi yang harmonis di antara mereka, hal tersebut menimbulkan perasaan diakui dan dihargai dalam lingkup pergaulan tersebut. (Fitriani & Masing, 2022).	1. Cooperation 2. Competition 3. Conflict 4. Acceptance 5. Conformity 6. Fusion (Nur oktaviani et al., 2023)
2.	Literasi keuangan sangat kursorial bagi individu untuk mengelola keuangan dengan baik, terutama saat dihadapkan pada pilihan yang memerlukan pengorbanan antara satu kepentingan dengan kepentingan lain. (Atikah & Kurniawan, 2021).	1. Pengetahuan keuangan 2. Sikap keuangan 3. Perilaku keuangan 4. Pelatihan keuangan 5. Keterampilan keuangan (Atikah & Kurniawan, 2021)
3.	Perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang menggunakan barang dan jasa tanpa perhitungan yang tepat sehingga cenderung berlebihan. (Melinda et al., 2021).	1. Trend 2. Kemasan yang menarik 3. Diskon atau hadiah 4. Menunjukkan status sosial 5. Idolanya menjadi bintang iklan (Nainggolan, 2022)

Pada tahap selanjutnya keseluruhan data diuji menggunakan asumsi klasik yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Asumsi Klasik

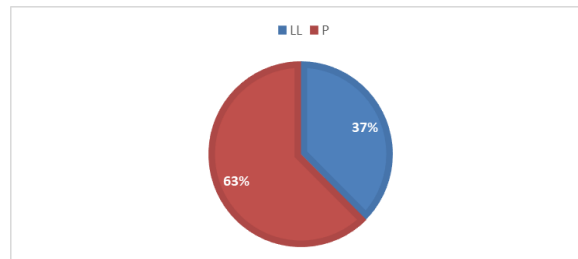
Jenis Uji	Parameter	Variabel	Nilai	Standar	Kesimpulan
Normalitas	Asym. Sig	Residual	0,2	> 0,05	Normal
	Tolerance	Teman Sebaya	0,992	> 0,10	
Multikolinearitas	VIF	Literasi Keuangan	1,008	< 10,00	Bebas Multikolinearitas
		Teman Sebaya	1,008	< 10,00	
Linearitas	Deviation from Linearity	Teman Sebaya	0,242	> 0,05	Bersifat Linear
		Literasi Keuangan	0,439		
Heteroskedastisitas	Sig. (Glejser)	Teman Sebaya	0,468	> 0,05	Heteroskedastisitas
		Literasi Keuangan	0,412		

Untuk menganalisis penelitian ini, digunakan uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi.

### 3. HASIL

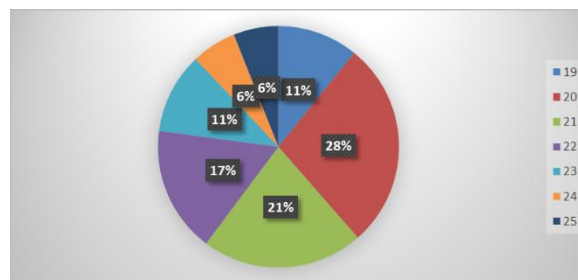
#### 3.1. Analisis Deskriptif Responden

Berdasarkan penelitian ini adapun deskriptif responden sebagai berikut:



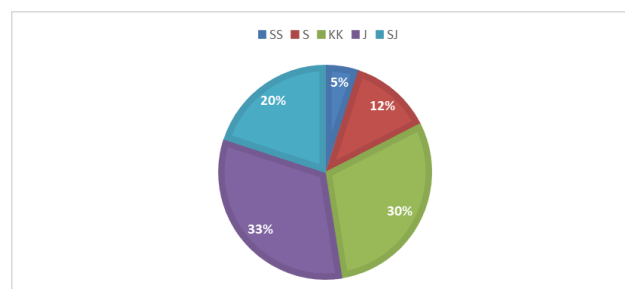
Gambar 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa responden perempuan mendominasi penelitian ini sebesar 63%, sedangkan laki-laki hanya 37%.



Gambar 2. Usia

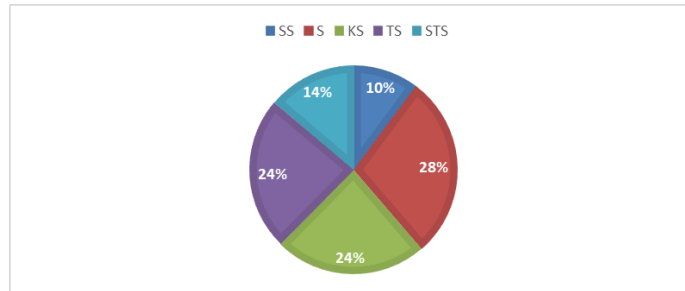
Berdasarkan gambar 2 teridentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 20 tahun.



Gambar 3. Literasi Keuangan

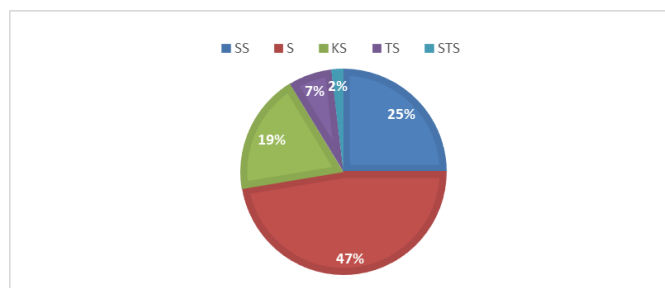
Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa sebanyak 33% responden jarang mengikuti kegiatan yang bertema literasi keuangan.

### 3.2. Analisis Deskriptif Variabel



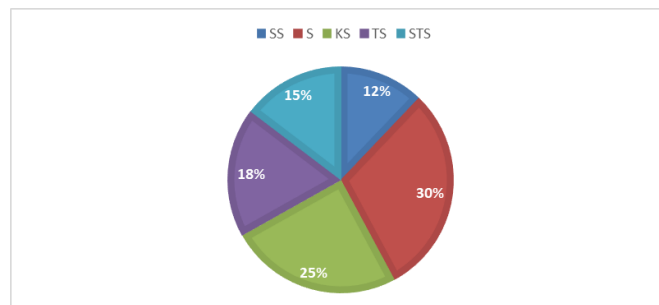
Gambar 4. Lingkungan Teman Sebaya

Berdasarkan gambar 4 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang setuju lebih banyak 28%.



Gambar 5. Literasi Keuangan

Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa yang setuju lebih banyak 47%.



Gambar 6. Perilaku Konsumtif

Berdasarkan gambar 6 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang setuju pada variabel perilaku konsumtif lebih banyak 30%.

### 3.3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,086	7,413		,686	,495
	Lingkungan Teman Sebaya	,700	,061	,797	11,515	,000
	Literasi Keuangan	,006	,109	,004	,059	,953

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan pada tabel diatas nilai konstanta sebesar 5,086, nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,700, sedangkan koefisien regresi X2 sebesar 0,006.

### 3.4. Uji t

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	Constant)	5,086	7,413		,686	,495
	Lingkungan Teman Sebaya	,700	,061	,797	11,515	,000
	Literasi Keuangan	,006	,109	,004	,059	,953

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan olah data SPSS, lingkungan teman sebaya terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di lima PTN kota kupang (t hitung 11,515 dan signifikan 0,000). Sebaliknya, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh (t hitung 0,059 dan signifikan 0,953).

### 3.5. Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8407,631	2	4203,816	66,758	,000 <sup>b</sup>
	Residual	4848,756	77	62,971		
	Total	13256,387	79			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Lingkungan Teman Sebaya

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil analisis, lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di lima PTN Kota Kupang dengan nilai F hitung 66,758 dan signifikan 0,000.

### 3.6. Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 <sup>a</sup>	,634	,625	7,93542

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Lingkungan Teman Sebaya

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa kedua variabel berpengaruh sebesar 63,4%.

## 4. PEMBAHASAN

### 4.1. Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $x_1$  berpengaruh positif (0,700) dan signifikan (0,000) terhadap Y. Hal ini didukung oleh hasil uji t yang mana nilai t tabelnya  $11,515 > t$  hitung 1,66462. Temuan ini didukung oleh hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa 39% mahasiswa berusia 19-25 tahun sangat setuju bahwa teman sebaya mempengaruhi dan membentuk perilaku konsumtif di lingkungan mereka. Berdasarkan observasi, terlihat bahwa interaksi dengan teman sebaya dalam merekomendasikan produk yang sedang populer mendorong perilaku konsumtif, tercermin dari kecenderungan mereka dalam membeli barang secara bersama-sama. Hal ini sejalan Bado et al., (2023) yang menyatakan bahwa peningkatan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang erat dengan pengaruh lingkungan teman sebaya, dimana keduanya saling mempengaruhi satu sama lain. Selain itu, teman sebaya dapat mendorong perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara positif maupun negatif, melalui kebiasaan saling merekomendasi produk dan berbelanja bersama (Fauziyah & Widayati, 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dimana menurut Muttaqin et al., (2022) terdapat pengaruh yang positif (0,397) dan signifikan (0,000) antara variabel kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi.

### 4.2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif

Literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif (0,006) tapi tidak signifikan (0,953) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini juga didukung oleh hasil deskriptif responden ditemukan bahwa 52% mahasiswa yang berusia 19-25 tahun sangat jarang mengikuti kegiatan yang berhubungan dengan literasi keuangan seperti seminar, workshop atau pelatihan. Minimnya literasi keuangan dapat memicu perilaku konsumtif disebabkan oleh kurangnya pemahaman dalam mengelola keuangan dan menentukan prioritas kebutuhan, sehingga mahasiswa perlu rutin mengikuti pelatihan keuangan dan bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan finansial yang mengandung resiko. Hal ini sejalan dengan pendapat Oktaviani et al., (2023) bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat pemahaman keuangan yang rendah umumnya kurang paham konsep pengelolaan keuangan secara tepat, hal ini dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, karena ketidakmampuan dalam membedakan antara kebutuhan yang prioritas dan yang bukan. Selain itu, Mohehu et al., (2025) juga mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh literasi keuangan, yakni sejauh mana seseorang memahami konsep dasar dan risiko keuangan untuk membuat keputusan finansial yang tepat. Hal yang sama dikemukakan juga oleh Fadhilah & Abadi, (2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif (0,009) dan tidak signifikan (0,94) terhadap perilaku konsumtif.

### 4.3. Pengaruh lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai F hitung  $66,758 > F$  tabel 3,11 dan signifikan 0,000. Koefisien determinasi sebesar 0,634 mengindikasikan bahwa kedua variabel menjelaskan 63,4% variabilitas perilaku konsumtif mahasiswa usia 19-25 tahun, sementara itu 36,6% berasal dari faktor di luar model penelitian. Pengaruh lingkungan teman sebaya dalam membeli barang yang sama untuk mendapat harga lebih murah dapat mendorong perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan mendorong perilaku konsumtif yang tinggi walaupun individu memahami perbedaan kartu kredit dan debit, belum tentu individu menahan diri untuk berbelanja. Kedua hal ini menunjukkan bahwa lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif. Teman sebaya cenderung mendorong perilaku konsumtif secara nyata sedangkan literasi keuangan memberi pengaruh namun tidak terlalu besar.

Menurut Nurlina & Suja'i, (2023) mengatakan bahwa individu yang rentan terhadap pengaruh iklan, cenderung meniru perilaku teman sebaya, kurang mempertimbangkan kebutuhan secara rasional, dan memiliki kebiasaan konsumtif sebagai sasaran pasar. Sementara itu menurut Batuwael & Hwihanus, (2024) mengungkapkan kurangnya literasi keuangan pada mahasiswa yang cenderung mengikuti tren

dapat dipengaruhi lingkungan sosial, termasuk pergaulan dengan teman yang dapat mendorong perilaku konsumtif dan kesulitan dalam mengelola keuangan secara efektif. Literasi keuangan dan teman sebaya mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana rendahnya literasi keuangan melemahkan kemampuan mengelola keuangan sedangkan teman sebaya mendorong konsumsi berdasarkan tren dan lingkungan, melainkan bukan kebutuhan rasional.

Ninik Sriyani, (2018) menekankan bahwa teman sebaya berpengaruh positif (0,342) dan signifikan (0,19) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Rahma et al., (2021) juga mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif (0,152) dan signifikan (0,030) terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu literasi keuangan dalam penelitian ini belum berhasil menekankan perilaku konsumtif karena pengaruh kuat gaya hidup dan mudahnya berbelanja, sedangkan di penelitian sebelumnya literasi keuangan sangat efektif mengendalikan konsumtif.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, secara parsial diketahui bahwa teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan literasi keuangan juga berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa peran teman sebaya lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif dibandingkan dengan literasi keuangan. Sementara itu, secara simultan, teman sebaya dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis deskriptif, disarankan agar mahasiswa tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial dari lingkungan pergaulan dalam mengikuti tren, serta lebih bijak dalam mengelola keuangan dengan menyesuaikan antara kebutuhan dan kemampuan. Pihak kampus juga diharapkan dapat memberikan edukasi terkait pentingnya perilaku konsumsi yang rasional. Selain itu, mahasiswa diharapkan tidak menjadikan pembelian barang sebagai sarana untuk memperoleh penerimaan sosial, sehingga perlu adanya dukungan berupa program pengembangan kepercayaan diri. Terakhir, mahasiswa sebaiknya tidak memaksakan diri untuk membeli barang apabila kondisi keuangan tidak memungkinkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atikah, A., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, dan Financial Self Efficacy terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 284–297. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i2.5132>
- Azizah, F. N., & Andriansyah, E. H. (2024). Pengaruh Kemampuan Literasi Digital dan Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Edueco*, 7(1), 31–38.
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus of Control Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 15604–15623.
- Batuwael, M. A., & Hwihanus. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Untag Surabaya di Shopee. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(2), 1–9.
- Deviyaanti, N., & Jannah, M. (2025). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Atlet Mahasiswa. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 1–15.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dunn, A. M., Hofmann, O. S., Waters, B., & Witchel, E. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalitas terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri Se-Kota Semarang). In *Journal of Economic Education* (pp. 179–192).
- Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141–156. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>

- 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>
- Fauzziyah, N., & Widayati, S. (2020). Pengaruh Besaran Uang Saku dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 24–28. <https://doi.org/10.31331/jee.v1i1.1224>
- Fitriani, D., & Masing, M. (2022). Pengaruh Teman Sebaya terhadap Orientasi Masa Depan Siswa. *Satya Widya*, 38(1), 25–37. <https://doi.org/10.24246/j.sw.2022.v38.i1.p25-37>
- 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. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 73–89. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.349>
- Hardhika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *The Commercium*, 4(02), 19–32.
- Kurnia, & Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3), 71–78.
- Lestari, P. (2024). *Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 3(01), 204–211.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mar'ah, S., Gumilar, G., Gumilar, R., & Widyaningrum, B. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z di Kabupaten Tegal. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi, Dan Teknologi*, 2(3), 451–462.
- Maslatun Nisak, & Sulistyowati, T. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Journal Ilmiah Society*, 2(1), 1–12.
- Mohehu, F., Gani, I. P., Ahmad, R., & Kasim, M. (2025). Peran Literasi Keuangan Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 1443–1447.
- 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. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>
- 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>
- Ninik Srijani, Kadeni. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Nurlina, & Suja'i, I. S. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Teman Sebaya terhadap Perilaku

- Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Jawa Ahirul Hikmah Besuki - Tulung Tahun Pelajaran 2020/2021. *Humantech : Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 20(1), 750–756.
- Nuroctaviani, S., Rustiana, A., & Afriza, E. F. (2023). Pengaruh Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Kontrol Diri pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 25616–25627.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, & Rahman. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rahma, S. U. U., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 49–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>
- Sapara, M. M., Lumintang, J., & Paat, C. J. (2020). Dampak Lingkungan Sosial terhadap Perubahan Perilaku Remaja Perempuan di Desa Ammat Kecamatan Tampan'amma Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1–16.
- Saputra, R., & Wala, G. N. (2024). Pengaruh Tekanan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif ( Study Literature Review ). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 2(3), 111–122.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37–50. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>