

Pengaruh *Financial Literacy*, *Lifestyle*, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember

Zarika Angella Diksi^{1*}, Eko Budi Satoto², Ahmad Izzuddin³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

Email: 1angelladiksi@gmail.com, 2ekobudisatoto@unmuhiember.ac.id, 3izzuddin@unmuhiember.ac.id

Diterima: November 2025 | Disetujui: Maret 2026 | Dipublikasikan: Maret 2026

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas konsumsi melalui layanan belanja online yang semakin mudah diakses oleh mahasiswa. Kondisi ini mendorong perubahan pola konsumsi dan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Dalam konteks tersebut, tingkat *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self-control* menjadi faktor penting yang memengaruhi cara mahasiswa mengelola keuangan serta mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 152 mahasiswa sebagai responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan dan gaya hidup tertentu, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga meningkat, sementara kemampuan pengendalian diri mampu menekan perilaku konsumtif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi mahasiswa dan institusi pendidikan dalam meningkatkan literasi keuangan dan pengendalian diri di tengah kemajuan teknologi digital.

Kata kunci: *Financial Literacy*; *Lifestyle*; *Self-Control*; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa

Abstract

The rapid development of digital technology has increased the accessibility of online shopping among students, leading to changes in consumption patterns and a higher tendency toward consumptive behavior. Financial literacy, lifestyle, and self-control are key factors influencing students' financial management and purchasing decisions. This study aims to examine the effects of financial literacy, lifestyle, and self-control on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Jember. Using a quantitative approach, this study employed a survey method involving 152 students. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that financial literacy and lifestyle have a positive and significant effect on consumptive behavior, while self-control has a negative and significant effect. These findings highlight the importance of financial understanding and self-regulation in controlling consumptive behavior in the digital era.

Keywords: *Financial Literacy*; *Lifestyle*; *Self-Control*; *Consumptive Behavior*; *Students*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Kehadiran layanan belanja online yang semakin mudah diakses, didukung oleh berbagai platform *marketplace*, metode pembayaran digital, serta promosi intensif melalui media sosial, telah mengubah pola konsumsi masyarakat menjadi lebih cepat, praktis, dan fleksibel. Perubahan ini sangat terasa di kalangan mahasiswa, yang merupakan kelompok usia produktif dan aktif dalam penggunaan teknologi digital. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, khususnya pembelian impulsif yang dilakukan tanpa perencanaan keuangan yang matang. Hal ini menjadi perhatian penting karena mahasiswa berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, sehingga kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak akan sangat menentukan kondisi ekonomi pribadi mereka di masa depan.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didorong oleh keinginan dibandingkan dengan kebutuhan rasional (Oktaviani, *et al.*, 2023). Perilaku ini umumnya tidak didasarkan pada pertimbangan manfaat jangka panjang, melainkan pada kepuasan sesaat, peningkatan rasa percaya diri, atau pencarian simbol status sosial. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga melibatkan aspek kognitif, sosial, dan psikologis. *Financial literacy* berperan sebagai bekal kognitif individu dalam memahami konsep keuangan dan mengambil keputusan pengelolaan keuangan secara rasional (Suriani, 2022). Sementara itu, *lifestyle* mencerminkan pola hidup, aktivitas, dan preferensi konsumsi yang terbentuk dari lingkungan sosial dan tren yang berkembang (Andrian, *et al.*, 2022). Di sisi lain, *self-control* menjadi faktor psikologis yang berfungsi dalam mengendalikan dorongan konsumsi berlebihan serta keputusan pembelian impulsif (Wahyuni & Ramadhan, 2022).

Secara teoritis, perilaku konsumtif dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dan digunakan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*), yang terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam konteks penelitian ini, *financial literacy* berkaitan dengan pembentukan sikap individu dalam mempertimbangkan keputusan konsumsi secara rasional. *Lifestyle* merepresentasikan norma subjektif dan pengaruh sosial yang membentuk pola konsumsi mahasiswa, sedangkan *self-control* mencerminkan *perceived behavioral control* yang berperan dalam kemampuan individu menahan dorongan konsumsi berlebihan.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh faktor kognitif, sosial, dan psikologis. Penelitian yang menekankan aspek kognitif menemukan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan, meskipun hasil yang diperoleh menunjukkan variasi pengaruh yang berbeda (Anatasya, *et al.*, 2024; Sari & Manjaleni, 2025; Ramdani, Adawiyah, & Taufik, 2024). Dari sisi sosial, sejumlah studi menegaskan bahwa *lifestyle* mendorong pola konsumsi mahasiswa melalui aktivitas, minat, serta orientasi terhadap tren, terutama di era media sosial yang semakin intens (Fitriyani, *et al.*, 2023; Mardani, Harini, & Nugroho, 2024). Selain itu, faktor psikologis berupa *self-control* juga ditemukan berperan dalam menekan maupun mendorong perilaku konsumtif mahasiswa, tergantung pada kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan konsumsi (Febrianti & Hastuti, 2024; Erwadi, *et al.*, 2025).

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang belum konsisten. Nainggolan (2022) menyimpulkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Ariria dan Ulfatun (2025) justru menemukan pengaruh positif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam melakukan konsumsi. Sementara itu, Haq, *et al.*, (2023) menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Inkonsistensi hasil juga ditemukan pada variabel *lifestyle*, di mana beberapa penelitian menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Fitriyani, *et al.*, 2023; Leonita & Wulandari, 2024; Salsabilla & Wicaksono, 2025), sedangkan penelitian lain menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan (Kamil, *et al.*, 2024). Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan adanya *research gap*, khususnya karena sebagian besar penelitian masih mengkaji faktor kognitif, sosial, dan psikologis secara terpisah, menggunakan kombinasi variabel yang terbatas, serta dilakukan pada objek dan lokasi penelitian yang berbeda.

Fenomena tersebut juga tercermin dari hasil pra-survei yang dilakukan pada 62 mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa 85,48% responden memiliki tingkat *financial literacy* yang tergolong baik, namun 58,06% responden menunjukkan *lifestyle* yang cenderung konsumtif. Pada aspek *self-control*, 64,52% responden menyatakan mampu mengendalikan diri dalam berbelanja, sementara 35,48% responden masih mengalami kesulitan dalam mengontrol dorongan konsumsi. Meskipun demikian, 66,13% responden mengaku memiliki kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara tingkat pengetahuan keuangan, pengendalian diri, dan perilaku konsumsi aktual mahasiswa, sehingga perlu dikaji lebih lanjut secara empiris.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan perubahan gaya hidup yang semakin dinamis, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi isu yang semakin relevan untuk diteliti. Intensitas penggunaan media sosial dan platform belanja online telah membuka akses yang luas terhadap berbagai produk konsumsi, yang mendorong mahasiswa melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang mendasar serta kondisi keuangan jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat mahasiswa merupakan kelompok usia produktif yang mulai memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan secara mandiri. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, gencarnya promosi online, serta tingginya eksposur media sosial, mahasiswa semakin rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak rasional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku konsumtif berbasis *Theory of Planned Behavior*, serta kontribusi praktis dalam meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat, penerapan gaya hidup yang bijak, dan penguatan kemampuan pengendalian diri.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Proses pelaksanaan penelitian dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih tiga bulan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena peneliti menguji hubungan serta pengaruh antarvariabel secara objektif dan terukur. Melalui pemanfaatan teknik analisis statistik, pendekatan ini diharapkan

mampu menghasilkan temuan yang akurat dan dapat digeneralisasikan, khususnya dalam menganalisis pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dianalisis dalam studi ini terdiri dari mahasiswa FEB Angkatan 2021-2024 Universitas Muhammadiyah Jember dengan keseluruhan mahasiswa 1.118 mahasiswa. Proses pemilihan sampel ditetapkan melalui pendekatan *purposive sampling*. Kriteria untuk responden mencakup: (1) responden merupakan mahasiswa aktif FEB Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2021-2024, (2) mahasiswa berada pada usia 18-26, (3) mahasiswa yang memiliki pengalaman dalam mengelola keuangan pribadi, (4) mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan *marketplace* online serta memiliki pengalaman melakukan transaksi pembelian barang atau jasa secara digital. Untuk penelitian ini, ukuran sampel ditetapkan sebanyak 152 responden, yang ditentukan menggunakan rumus Ferdinand (2014). Menyatakan bahwa ukuran sampel minimum dalam penelitian multivariat dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator penelitian dengan angka 5 sampai 10, jumlah indikator yang digunakan adalah 19 indikator, yang mencakup variabel *financial literacy*, *lifestyle*, *self-control*, dan perilaku konsumtif. Berdasarkan pedoman tersebut, peneliti menggunakan pengali 8 sebagai ukuran yang berada di tengah rentang yang direkomendasikan Ferdinand, sehingga jumlah sampel yang diperoleh adalah $19 \text{ indikator} \times 8 = 152$ responden.

Taknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator untuk setiap variabel penelitian. Jawaban responden diukur menggunakan skala likert lima poin mulai dari “sangat tidak setuju” (1) hingga “sangat setuju” (5).

Variabel Penelitian

Variabel *independen* dalam studi ini terdiri dari *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self-control*. Sementara itu, variabel *dependen* adalah perilaku konsumtif. Masing-masing variabel dinilai dengan menggunakan sejumlah indikator, berikut indikator dari setiap variabel: indikator *financial literacy* dalam penelitian yang dilakukan oleh Leonita & Wulandari (2024) yaitu: (1) pemahaman dasar keuangan pribadi, (2) penganggaran tabungan dan pinjaman, (3) menghindari atau memperbaiki hutang, dan (4) pencatatan keuangan. Indikator *lifestyle* menurut Leonita & Wulandari (2024) sebagai berikut: (1) kegiatan, (2) minat, dan (3) opini. Indikator *self-control* disampaikan oleh Nainggolan (2022) yaitu: (1) merencanakan sebelum membeli, (2) membandingkan harga sebelum membeli, (3) mempertimbangkan kegunaan barang, (4) berpikir sebelum membeli barang yang sama, dan (5) membeli barang yang sedang dibutuhkan. Terakhir indikator variabel *dependen* perilaku konsumtif menurut Fitriyani, *et al.*, (2023) yaitu: (1) membeli produk karena iming-iming hadiah, (2) membeli produk karena kemasan menarik, (3) pembelian produk demi menjaga penampilan dan gengsi, (4) membeli produk berdasarkan harga, bukan manfaat, (5) menggunakan produk karena konformitas terhadap model atau *influencer*, (6) munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri, dan (7) membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2023) teknik analisis data adalah proses pengolahan dan pengelompokan data secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan yang relevan, mencakup uji kualitas data, pengujian

asumsi dasar, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis.

Uji Kualitas Data

Uji validitas digunakan untuk menilai tingkat ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. (Ghozali, 2018)

Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum analisis regresi dilakukan, data penelitian diuji terlebih dahulu untuk memastikan terpenuhinya asumsi klasik. Pengujian normalitas residu dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Selanjutnya, uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF) guna mengetahui adanya hubungan antar variabel *independen*. Terakhir, pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan keseragaman varians residual dengan menggunakan koefisien korelasi *Spearman rho*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018) analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda guna mengidentifikasi arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Seluruh data diolah menggunakan program SPSS versi 26.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Perilaku Konsumtif
- a : Konstanta
- β_1 : Koefisien Regresi X1
- β_2 : Koefisien Regresi X2
- β_3 : Koefisien Regresi X3
- X1 : *Financial Literacy*
- X2 : *Lifestyle*
- X3 : *Self-Control*

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel *dependen*. (Ghozali, 2018)

Etika Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip penelitian social, di mana partisipasi responden bersifat sukarela, kerahasiaan identitas responden dijaga, serta data yang diperoleh digunakan semana-mana untuk kepentingan akademik.

HASIL

Karakteristik Responden

Tabel 1 menyajikan karakteristik dari 152 responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dan kelompok usia.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	46	30,3%
	Perempuan	106	69,7%
Total		152	
Usia	18-20	74	48,7%
	21-23	60	39,5%
	24-26	18	11,8%
Total		152	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 1, penelitian ini melibatkan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2021-2024 dengan komposisi responden yang didominasi oleh Perempuan. Dari segi usia, responden umumnya berada pada rentang usia dewasa muda, yang mencerminkan karakteristik populasi penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang terlibat telah sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian yang ditetapkan.

Analisis Deskriptif

Tabel 2 menampilkan statistik deskriptif dari variabel penelitian yang mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi.

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
<i>Financial Literacy</i>	152	10	20	16,48	2,33
<i>Lifestyle</i>	152	8	15	12,27	1,68
<i>Self-Control</i>	152	14	25	20,70	2,67
Perilaku Konsumtif	152	23	34	29,09	2,14

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil dari analisis deskriptif pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata masing-masing variabel berada dalam rentang pengukuran yang sesuai. Temuan ini mengindikasikan adanya variasi jawaban di antara responden terhadap setiap variabel yang diteliti, sekaligus memberikan gambaran awal mengenai kondisi dan karakteristik variabel dalam penelitian ini.

Uji Kualitas Data

Pengujian yang dilakukan mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, dengan hasil pengujiannya disajikan pada tabel 3 dan tabel 4.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
	R Tabel 5% (152)	R Hitung	Signifikasi	Alpha	
Financial Literacy (X1)					
X1.1	0,159	0,854	0,000	0,05	Valid
X1.2	0,159	0,810	0,000	0,05	
X1.3	0,159	0,838	0,000	0,05	
X1.4	0,159	0,837	0,000	0,05	
Lifestyle (X2)					
X2.1	0,159	0,828	0,000	0,05	Valid
X2.2	0,159	0,884	0,000	0,05	
X2.3	0,159	0,798	0,000	0,05	
Self-Control (X3)					
X3.1	0,159	0,763	0,000	0,05	Valid
X3.2	0,159	0,824	0,000	0,05	
X3.3	0,159	0,759	0,000	0,05	
X3.4	0,159	0,810	0,000	0,05	
X3.5	0,159	0,857	0,000	0,05	
Perilaku Konsumtif (Y)					
Y1	0,159	0,520	0,000	0,05	Valid
Y2	0,159	0,497	0,000	0,05	
Y3	0,159	0,428	0,000	0,05	
Y4	0,159	0,520	0,000	0,05	
Y5	0,159	0,486	0,000	0,05	
Y6	0,159	0,517	0,000	0,05	
Y7	0,159	0,421	0,000	0,05	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 3 Hal ini menunjukkan bahwa hasil uji validitas menyatakan seluruh pernyataan pada variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel serta tingkat signifikansi yang memenuhi ketentuan.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Standar Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	0,60	0,847	Reliabel
<i>Lifestyle</i>	0,60	0,785	
<i>Self-Control</i>	0,60	0,861	
Perilaku Konsumtif	0,60	0,754	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 4 hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,60.

Pengujian Asumsi Klasik

Pada penelitian ini, pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas, dengan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Variabel	Kriteria	Hasil	Keterangan
Normalitas	Residual	Sig > 0,05	0,200	Memenuhi asumsi normalitas
	<i>Financial Literacy</i>		VIF = 1,049 Tolerance = 0,953	
Multikolinieritas	<i>Lifestyle</i>	VIF < 10 dan nilai tolerance >0,10	VIF = 1,007 Tolerance = 0,993	Tidak terjadi multikolinieritas
	<i>Self-Control</i>		VIF = 1,045 Tolerance = 0,957	
	<i>Financial Literacy</i>		0,428	
Heteroskedastisitas	<i>Lifestyle</i>	Sig > 0,05	0,695	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	<i>Self-Control</i>		0,475	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik yang disajikan pada tabel 5, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi seluruh asumsi klasik yang dipersyaratkan. Dengan demikian, model regresi tersebut layak digunakan dalam analisis regresi linier berganda.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig.
<i>Financial Literacy</i>	0,596	0,645	17,567	0,000
<i>Lifestyle</i>	0,511	0,400	11,112	0,000
<i>Self-Control</i>	-0,497	-0,617	-16,851	0,000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 6, hasil uji regresi linier berganda di atas dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,711 + 0,596 X1 + 0,511 X2 - 0,497 X3$$

1. Nilai konstanta sebesar 2,711 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel *independen*, yaitu *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self-control*, berada pada kondisi nol atau dianggap tidak mengalami perubahan, maka nilai perilaku konsumtif berada pada angka 2,711. Nilai konstanta ini berfungsi sebagai nilai dasar dalam model regresi dan tidak diinterpretasikan secara terpisah, melainkan sebagai bagian dari keseluruhan persamaan.
2. Koefisien regresi *financial literacy* sebesar 0,596 dan bernilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan *financial literacy* akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif sebesar 0,596 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara *financial literacy* dan perilaku konsumtif. Pengaruh tersebut terbukti signifikan secara statistik karena nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000, lebih kecil dari batas signifikansi 0,05.
3. Selanjutnya, variabel *lifestyle* memiliki koefisien regresi sebesar 0,511 yang bernilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan *lifestyle* akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,511 satuan, dengan asumsi variabel *independen* lainnya tidak mengalami perubahan. Hasil ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Sementara itu, variabel *self-control* memiliki koefisien regresi sebesar -0,497 menunjukkan hubungan negatif antara *self-control* dan perilaku konsumtif. Artinya, setiap kenaikan satu satuan *self-control* akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,497 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif terbukti signifikan secara statistik, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,806 atau 80,6%, yang menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* (X1), *lifestyle* (X2), dan *self-control* (X3) secara simultan berpengaruh sebesar 80,6% terhadap perilaku konsumtif (Y), sedangkan sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mengindikasikan adanya kesenjangan antara pemahaman keuangan dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik belum tentu mampu mengimplementasikan pengetahuan tersebut secara optimal dalam setiap keputusan konsumsi. Dalam praktiknya, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan sering kali hanya berada pada tataran kognitif, sementara perilaku aktual tetap dipengaruhi oleh faktor emosional, lingkungan sosial, serta dorongan gaya hidup yang berkembang di kalangan mahasiswa.

Pengaruh positif tersebut juga menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang memadai cenderung memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi terhadap kemampuan finansialnya. Keyakinan bahwa mereka mampu mengatur pendapatan, mengelola pengeluaran, dan menyesuaikan konsumsi dengan kondisi keuangan membuat mahasiswa merasa aman untuk melakukan konsumsi dalam jumlah yang lebih besar. Akibatnya, meskipun memahami konsep anggaran dan perencanaan keuangan, mahasiswa tetap berpotensi melakukan pembelian yang berlebihan karena merasa pengeluaran tersebut masih berada dalam batas yang dapat mereka tanggung.

Selain itu, lingkungan digital dan kemudahan akses terhadap berbagai produk turut memperkuat perilaku konsumtif mahasiswa. Pengetahuan keuangan yang dimiliki tidak selalu mampu menahan dorongan konsumsi yang dipicu oleh promosi, diskon, tren media sosial, dan pengaruh teman sebaya. Dalam kondisi ini, *financial literacy* tidak berfungsi sebagai penghambat konsumsi, melainkan menjadi alat justifikasi bagi mahasiswa untuk tetap melakukan pembelian, dengan anggapan bahwa keputusan tersebut telah dipertimbangkan secara finansial.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *financial literacy* membentuk *behavioral beliefs* yang memengaruhi sikap mahasiswa terhadap perilaku konsumsi. Pemahaman mengenai manfaat perencanaan keuangan dan pengelolaan pengeluaran membentuk sikap positif terhadap konsumsi yang terkontrol. Sikap tersebut kemudian memengaruhi niat mahasiswa dalam mengambil keputusan konsumsi, sehingga perilaku konsumtif yang muncul lebih bersifat terencana dan rasional.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Sari, Nengsih, & Sayhrizal, 2023), (Oktaviani, *et al.*, 2023), (Leonita & Wulandari, 2024), (Kamil, *et al.*, 2024), (Anatasya, *et al.*, 2024), dan Ariria & Ulfatun (2025). Berbagai penelitian tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Keselarasan hasil penelitian ini dengan studi-studi sebelumnya semakin memperkuat bukti empiris bahwa tingkat literasi keuangan merupakan

faktor yang berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa, khususnya dalam menentukan pola pengambilan keputusan konsumtif.

Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa *financial literacy* yang tinggi tidak secara otomatis menurunkan perilaku konsumtif, tetapi justru dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dalam melakukan konsumsi.

Pengaruh *Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan gaya hidup yang dimiliki mahasiswa, maka semakin besar pula perilaku konsumtif yang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh positif tersebut menegaskan bahwa gaya hidup menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mahasiswa dalam melakukan aktivitas konsumsi, terutama yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan sosial, simbolik, dan gaya hidup modern.

Gaya hidup mahasiswa tercermin dari pola aktivitas, minat, serta cara pandang mereka terhadap konsumsi. Mahasiswa dengan gaya hidup yang aktif dan berorientasi pada tren cenderung lebih sering mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan di luar kebutuhan pokok, seperti membeli produk *fashion* terbaru, mengunjungi kafe, mengikuti tren teknologi, atau mengonsumsi produk yang sedang populer. Pola konsumsi ini tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan membangun citra diri di hadapan teman sebaya.

Selain itu, perkembangan media sosial turut memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Paparan konten digital yang menampilkan gaya hidup modern, rekomendasi produk, serta aktivitas konsumsi figur publik dan *influencer* mendorong mahasiswa untuk meniru pola konsumsi tersebut. Mahasiswa yang memiliki orientasi gaya hidup tinggi cenderung lebih mudah terpengaruh oleh tren dan promosi, sehingga meningkatkan keinginan untuk melakukan pembelian meskipun tidak selalu didasarkan pada kebutuhan yang mendesak.

Aspek aktivitas dalam gaya hidup juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Kegiatan seperti nongkrong di kafe, berbelanja di pusat perbelanjaan, atau mengikuti berbagai kegiatan hiburan sering kali melibatkan pengeluaran finansial yang relatif besar. Semakin sering mahasiswa terlibat dalam aktivitas tersebut, semakin tinggi pula intensitas konsumsi yang dilakukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak hanya memengaruhi apa yang dikonsumsi, tetapi juga seberapa sering konsumsi dilakukan.

Di sisi lain, gaya hidup juga berkaitan erat dengan pandangan mahasiswa terhadap penampilan dan kenyamanan. Mahasiswa yang memandang penampilan sebagai bagian penting dari identitas diri cenderung lebih konsumtif dalam membeli produk *fashion*, kosmetik, atau aksesoris. Konsumsi tersebut dilakukan sebagai bentuk ekspresi diri dan upaya untuk meningkatkan rasa percaya diri, sehingga perilaku konsumtif menjadi bagian dari gaya hidup yang dijalani.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), gaya hidup membentuk *behavioral beliefs* dan *subjective norms* yang memengaruhi sikap serta niat mahasiswa dalam berperilaku konsumtif. Lingkungan pergaulan dan norma sosial yang berkembang di kalangan mahasiswa menciptakan dorongan untuk mengikuti pola konsumsi tertentu agar dapat diterima secara sosial. Sikap positif terhadap konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup kemudian mendorong niat dan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriyani, *et al.*, (2023), Leonita & Wulandari (2024), dan Salsabilla & Wicaksono (2025). Hasil penelitian tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa *lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kesamaan temuan ini menegaskan bahwa gaya hidup yang cenderung mengikuti tren, dipengaruhi oleh lingkungan sosial, serta dorongan untuk menyesuaikan diri dengan standar pergaulan berperan penting dalam mendorong meningkatnya perilaku konsumsi. Dengan demikian, *lifestyle* dapat dipahami sebagai salah satu determinan utama yang memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *lifestyle* memiliki peran penting dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup yang berorientasi pada tren, aktivitas sosial, dan citra diri mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara lebih intensif. Oleh karena itu, kesadaran mahasiswa dalam mengelola gaya hidup secara bijak sangat diperlukan agar perilaku konsumtif tetap terkendali dan tidak berdampak negatif terhadap kondisi keuangan pribadi.

Pengaruh *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Pengaruh negatif tersebut mencerminkan bahwa kemampuan individu dalam mengontrol dorongan, emosi, dan keinginan berperan penting dalam menekan perilaku pembelian yang berlebihan atau tidak berdasarkan kebutuhan.

Self-control berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keinginan konsumsi, menunda kepuasan sesaat, serta mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan finansial yang diambil. Mahasiswa dengan tingkat *self-control* yang baik cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga tidak mudah tergoda oleh promosi, diskon, atau tren konsumsi yang berkembang di lingkungan sosial maupun media digital. Kondisi ini membuat mereka lebih berhati-hati dalam menggunakan uang dan menghindari pengeluaran impulsif.

Dalam kehidupan, pengendalian diri menjadi faktor penting karena mereka berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Keterbatasan pendapatan, baik dari uang saku orang tua maupun penghasilan tambahan, menuntut mahasiswa untuk mengatur keuangan secara lebih bijaksana. Mahasiswa yang memiliki *self-control* tinggi cenderung memprioritaskan pengeluaran untuk kebutuhan akademik dan kebutuhan pokok, serta mampu menahan diri dari pembelian barang yang bersifat konsumtif dan tidak mendesak.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *self-control* berperan dalam membentuk *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan suatu perilaku. Mahasiswa yang merasa mampu mengontrol perilaku konsumsi akan memiliki keyakinan bahwa mereka dapat membatasi pengeluaran yang tidak perlu. Persepsi tersebut kemudian memengaruhi niat dan perilaku aktual, sehingga perilaku konsumtif dapat ditekan secara signifikan.

Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lemahnya *self-control* dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa dengan pengendalian diri rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan pergaulan, tekanan sosial, serta paparan media sosial yang menampilkan gaya hidup konsumtif. Tanpa kemampuan mengendalikan diri yang memadai, keputusan pembelian sering kali dilakukan berdasarkan dorongan emosional, bukan pertimbangan rasional.

Hasil penelitian ini selaras dengan temuan sejumlah penelitian terdahulu, antara lain yang dilakukan oleh (Abdullah, Kurnadi, & Apriyani, 2022), (Nainggolan, 2022), (Anatasya, et al., 2024), (Wahyudi, et al., 2024), (Purbandari, et al., 2024), (Ariria & Ulfatun, 2025), (Fauziyah, Mulyadi, & Sandi, 2025), (Inaya, Fahrika, & Jumriani, 2025), (Sari & Manjaleni, 2025), (Juanita & Abidin, 2025), dan (Erwadi, et al., 2025). Kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel yang dikaji memiliki pola pengaruh yang konsisten terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga memperkuat validitas dan keandalan temuan dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *self-control* berperan sebagai mekanisme pengendali dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengontrol diri, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan *self-control* sebagai bagian dari upaya membentuk perilaku keuangan yang sehat dan bertanggung jawab di kalangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember dipengaruhi oleh interaksi antara *financial literacy*, *lifestyle*, dan *self-control*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* yang baik tidak secara otomatis menjamin mahasiswa terhindar dari perilaku konsumtif. Meskipun pengetahuan keuangan berperan dalam membentuk sikap rasional terhadap konsumsi, penerapannya dalam perilaku nyata sangat dipengaruhi oleh *lifestyle* yang dijalani serta tingkat *self-control* yang dimiliki. Gaya hidup yang cenderung konsumtif dan tingginya paparan tren serta promosi digital dapat mendorong pengeluaran berlebihan, sementara *self-control* menjadi faktor kunci yang menentukan kemampuan mahasiswa dalam menahan dorongan konsumsi impulsif dan mengimplementasikan pengetahuan keuangan secara konsisten.

Meskipun memberikan kontribusi empiris, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Ruang lingkup penelitian yang terbatas pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Jember menyebabkan hasil penelitian belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan. Selain itu, penelitian ini hanya mengkaji tiga variabel utama, sehingga faktor lain seperti pengaruh media sosial, tekanan sosial digital, maupun kecenderungan pembelian impulsif belum dianalisis secara komprehensif.

Implikasi praktis dari penelitian ini menegaskan bahwa upaya menekan perilaku konsumtif mahasiswa tidak cukup hanya melalui peningkatan literasi keuangan. Perguruan tinggi perlu mengembangkan program edukasi yang terintegrasi dengan pembentukan gaya hidup yang bijak serta penguatan kemampuan *self-control* mahasiswa. Bagi mahasiswa, temuan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengendalikan dorongan konsumsi dan menyesuaikan gaya hidup dengan kemampuan finansial agar tercipta perilaku konsumsi yang lebih sehat dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tersusunnya penelitian ini tidak terlepas dari bantuan dan kontribusi berbagai pihak. Penulis menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing atas bimbingan dan masukan akademik yang diberikan, serta kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTKA

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 42-49. doi:<https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i1.817>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes. Disability, CBR and Inclusive Development*, 179-221.
- Anatasya, P. S., Putri, A. R., Kholifah, S., Oktavia, D. T., Febriani, D. D., & Pratama, B. C. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Self-Control on Student Consumptive Behavior. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 135-145. doi:<https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i91482>
- Ariria, D. N., & Ulfatun, T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 61-71.
- Erwadi, Y. M., Maulida, I. S., Sulaeman, M. M., & Damayanti, D. D. (2025). Pengaruh Gengsi, Tekanan Sosial Media, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berlebihan pada Penggunaan Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 153-165.
- Fauziyah, H., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. (2025). Pengaruh Financial Self Control dan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar NCT di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2095-2112. doi:10.47467/alkharaj.v7i6.7754
- Febrianti, U. S., & Hastuti, M. A. (2024). Pengaruh Media Sosial (Tik Tok) dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024. *Armada: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 537-546. doi:<https://doi.org/10.55681/armada.v2i7.1414>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyani, I., Karmeli, E., Usman, & Kamaruddin. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Tambora*, 73-79. doi:<https://doi.org/10.36761/tambora.v7i3.3444>
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidianti, 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*, 73-89. doi:<https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.349>
- Inaya, N., Fahrika, A. I., & Jumriani. (2025). Pengaruh Actualize Digital Payment System dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Perspektif Monzer Kahf. *eCo-Buss: Economics and Business*, 2144-2159. doi:10.32877/eb.v7i3.2250
- Juanita, S. P., & Abidin, F. I. (2025). The Influence of Economic Literacy, Financial Literacy and Self Control on Consumer Behavior among Shopee users among Muhammadiyah University Students in Sidoarjo. *Journal of Economics and Economic Policy*, 312-327. doi:<https://doi.org/10.51699/ijecep.v2i4.71>
- Kamil, I., Ariani, M., Irawan, I. A., Anjarwati, S., Yolfiandri, & Zulkhawati. (2024). The Influence of Financial Literacy, Financial Capability, Digital Service (DST) and Lifestyle on Consumptive Behavior in Online Shopping Via The Tiktok Shop Platform. *International Journal of Accounting*,

- Management, Economics and Social Sciences*, 878-889.
doi:<https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i3.255>
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Keuangan Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 554-566.
doi:<https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Mardani, A. R., Harini, & Nugroho, J. A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk Fashion Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 349-357.
doi:https://doi.org/10.26740/jupe.v12n3.349_357
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 810-826. doi:10.36778/jesy.v5i1.574
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, & Rahman. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 136-145.
- Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3028-3038.
- Purbandari, Y., Utami, A. T., Rudianti, W., & Yubiharto. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater, Literasi Keuangan dan Self-Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kabupaten Banjarnegara. *MEDIKONIS: Jurnal Media Ekonomi dan Bisnis*, 60-67.
doi:<https://doi.org/10.52659/medikonis.v16i1.127>
- Ramdani, A. H., Adawiyah, R., & Taufik. (2024). The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on the Consumer Behavior of Grade XII Students at Widya Manggala Vocational School, Jakarta. *Literature for Social Impact and Cultural Studies*, 703-714.
doi:<https://doi.org/10.37010/lit.v6i2.1812>
- Salsabilla, S., & Wicaksono, C. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z. *Efektor*, 87-101.
doi:<https://doi.org/10.29407/e.v12i1.25133>
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023, April). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 137-151.
doi:<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165>
- Sari, R. A., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 878-888. doi:<https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i2.3939>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Sutopo, Penyunt.) Bandung: ALFABETA, cv.
- Universitas Muhammadiyah Jember. (2024). *Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2021-2024*. Jember: Pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Wahyudi, A., Arif, H., Juniarsa, N., Anggoro, Y., & Waluyo, S. A. (2024). The Influence of Economic Literacy, Self-Control and Lifestyle on Student Consumption Behavior (Case Study of STIE

Indocakti Malang Students). *Tamansiswa Accounting Journal International*, 113-124.
doi:10.54204/TAJI/Vol122024010