

PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA DEWASA AWAL DI ERA DIGITAL: STUDI EMPIRIS PENGARUH E-WALLET, GAYA HIDUP DAN PENGENDALIAN DIRI

Salsabilla Kheruntika¹, Teguh Purwanto²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan
Salsabillakh03@gmail.com

Abstrak

Evolusi teknologi digital telah menyebabkan transformasi besar dalam kebiasaan konsumsi masyarakat, terutama di kalangan dewasa muda. Perilaku konsumen mungkin lebih baik jika platform belanja online dan e-wallet lebih mudah diakses. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pengendalian diri mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online yang dilakukan oleh orang dewasa yang mulai menggunakan internet di era digital. Metode snowball sampling yang digunakan untuk pendekatan kuantitatif digunakan pada 180 responden dewasa awal yang aktif menggunakan e-wallet. Hasil penelitian digunakan untuk memeriksa data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa tiga variabel independen yaitu gaya hidup, pengendalian diri, dan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online secara bersamaan dan parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dan penggunaan e-wallet yang lebih intens, bersama dengan pengendalian diri yang lebih rendah, akan menyebabkan perilaku belanja online yang lebih konsumtif pada usia dewasa awal.

Kata kunci: e-wallet, gaya hidup, pengendalian diri, perilaku konsumtif.

CONSUMPTIVE ONLINE SHOPPING BEHAVIOR AMONG YOUNG ADULTS IN THE DIGITAL ERA: AN EMPIRICAL STUDY OF THE INFLUENCE OF E-WALLET, LIFESTYLE, AND SELF-CONTROL

Abstract

The advent of digital technology has precipitated profound shifts in consumption patterns, particularly among young adults. The accessibility of online shopping platforms and e-wallets may positively impact consumer behavior. This study's goal is to investigate how e-wallet usage, lifestyle, and self-control influence the online shopping behavior of adults who

started using the internet in the digital era. The snowball sampling method was employed for a quantitative approach, with 180 early adult respondents who actively use e-wallets. The findings of the study were then employed to conduct a thorough data analysis using the analysis of multiple linear regression and the SPSS software. The findings indicate that the three independent variables that is lifestyle, self-control, and e-wallets exhibit a positive and significant impact on online shopping behavior, both concurrently and in part. The findings of this study suggest a correlation between a consumptive lifestyle, the increased use of e-wallets, and lower self-control, which may result in a heightened tendency towards consumptive online shopping behavior during early adulthood.

Keywords: *e-wallet, lifestyle, self-control, consumptive behavior*

PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi berkembang dengan sangat cepat dan memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Seiring meningkatnya peran teknologi dalam aktivitas sehari-hari, tingkat ketergantungan manusia terhadap teknologi pun meningkat. Di Indonesia, teknologi informasi dan komunikasi adalah bidang yang mengalami kemajuan tercepat (Damanik et al., 2022). Perubahan ini telah mengubah gaya hidup dan kebiasaan masyarakat. Pada awalnya, komunikasi jarak jauh hanya dapat dilakukan melalui surat. Kemudian terjadi inovasi seperti mesin cetak, telegraf, televisi, komputer, dan akhirnya internet dan smartphone (Kumala et al., 2020). Sebagai hasil dari laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, diperkirakan jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet akan meningkat menjadi 221,5 juta orang, atau sekitar 79,5% dari populasi secara keseluruhan. Angka ini lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi penting dan bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia.

Penggunaan smartphone untuk berbagai aktivitas, seperti menonton film, bermain game online, dan berinteraksi di media sosial, meningkat sebagai akibat dari peningkatan penetrasi internet (Aditya, 2023). Meningkatnya penggunaan platform e-commerce adalah salah satu dampak dari fenomena ini. Belanja online dianggap lebih praktis dan efektif karena memungkinkan pelanggan

membeli barang tanpa harus datang langsung ke toko (Sari & Irmayanti, 2021).

Selain itu, banyak acara menarik, diskon besar, dan kemudahan transaksi membuat orang lebih suka membeli sesuatu tanpa alasan. Kondisi ini sangat relevan pada masa dewasa awal, yaitu orang berusia 20 hingga 40 tahun, yang sedang dalam fase menuju kemandirian, termasuk mengelola uang dan membuat keputusan (Hurlock dalam Pendidikan et al., 2023). Saat ini, orang cenderung mencari identitas sosial, beradaptasi dengan gaya hidup kontemporer, dan menghadapi berbagai tuntutan sosial. Akibatnya, semakin mudah untuk mengembangkan perilaku konsumtif, terutama dalam hal belanja online.

Kemudahan e-wallet, gaya hidup, dan tingkat pengendalian diri adalah beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. E-wallet memiliki fitur seperti cashback dan promo yang membuat transaksi lebih cepat dan menarik, yang dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif (Astuti & Faujiah, 2023). Selain itu, gaya hidup modern sangat penting karena terkait dengan kebutuhan eksistensi diri dan penyesuaian terhadap kelompok sosial (Anggraini & Hastuti, 2023). Dengan membantu orang membedakan antara apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan, pengendalian diri dapat membantu mereka menghentikan perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *e-wallet*, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif belanja online pada dewasa awal di era digital. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, tetapi juga menjadi acuan bagi masyarakat dalam mengelola perilaku konsumsi secara bijak.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Reasoned Action (TRA) menjelaskan bahwa niat seseorang merupakan faktor penentu utama dalam terbentuknya perilaku, sedangkan niat itu sendiri dipengaruhi oleh dua hal, yaitu sikap individu terhadap suatu tindakan serta tekanan atau norma sosial dari lingkungan sekitarnya (Eagle, Dahl, Hill, Bird,

Spotswood, & Tapp, 2013, hlm. 123). Menurut Lee dan Kotler (2011, hlm. 198), teori yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein ini menegaskan bahwa perilaku paling tepat diprediksi melalui niat individu. Adapun niat tersebut dibangun atas dua komponen penting, yakni keyakinan mengenai konsekuensi dari tindakan yang dilakukan dan pandangan orang-orang terdekat yang mempengaruhi penilaian terhadap perilaku tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa sikap seseorang berpengaruh terhadap perilaku melalui proses pengambilan keputusan yang logis dan rasional, dengan dampak yang terbatas pada tiga aspek, yaitu:

1. Sikap terhadap perilaku tertentu terbentuk berdasarkan pertimbangan mengenai hasil yang mungkin diperoleh ketika perilaku tersebut dilakukan.
2. Tindakan individu tidak hanya dipengaruhi oleh keyakinan atau persepsi pribadi yang dianggap benar, tetapi juga memperhatikan pandangan serta penilaian dari orang-orang terdekat di sekitarnya.
3. Kombinasi antara pandangan dan keyakinan individu dengan persepsi orang lain mengenai suatu perilaku akan melahirkan niat berperilaku yang pada akhirnya dapat terwujud dalam bentuk tindakan nyata.

Salah satu komponen utama yang menentukan munculnya niat berperilaku adalah norma subjektif, seperti yang dinyatakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dalam Theory of Reasoned Action, Norma subjektif dapat didefinisikan sebagai aturan sosial yang membentuk tatanan kehidupan manusia. Norma ini berasal dari pendapat individu tentang perilaku tertentu yang disetujui atau tidak disetujui. Keyakinan normatif adalah dasar dari perspektif ini. Lingkungan seseorang, terutama keluarga, sangat mempengaruhi bagaimana mereka bertindak. Individu cenderung berperilaku sesuai dengan bagaimana mereka melihat orang lain, terutama ketika perilaku tersebut dianggap baik. Sebaliknya, jika mereka dianggap tidak dapat diterima, individu cenderung menghindarinya.

Pertama, dalam kaitannya dengan *E-Wallet*, TRA menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan layanan ini dipengaruhi oleh sikap

positif dan norma subjektif. Sikap positif dapat terbentuk dari persepsi individu mengenai kepraktisan, kecepatan, serta keamanan transaksi digital. Semakin positif sikap individu terhadap manfaat *e-wallet*, semakin besar niatnya untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu, norma subjektif seperti pengaruh keluarga, teman sebaya, maupun lingkungan sosial turut berperan dalam memperkuat niat penggunaan *e-wallet*.

Kedua, hubungan TRA dengan Gaya Hidup dapat dilihat dari bagaimana gaya hidup seseorang membentuk sikap terhadap perilaku konsumsi. Individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung memiliki sikap yang lebih mendukung terhadap perilaku pembelian, baik secara online maupun offline. Norma subjektif seperti tren sosial, pengaruh lingkungan, dan budaya populer semakin memperkuat niat individu untuk membeli suatu produk.

Ketiga, sikap dan norma subjektif memengaruhi niat, tetapi individu masih membutuhkan kontrol internal untuk menahan atau menunda perilaku konsumtif, seperti yang ditunjukkan oleh hubungan TRA dengan pengendalian diri. Mereka yang memiliki pengendalian diri yang baik dapat mempertimbangkan dampak jangka panjang sebelum melakukan pembelian. mengklaim bahwa dia memiliki pemahaman tentang pandangan sosial konsumen tentang proses pembelian. baik berupa dorongan, norma, maupun ekspektasi dari orang-orang di dekatnya mempengaruhi proses pengambilan keputusan, yang pada gilirannya menyebabkan niat dan perilaku konsumtif.

Keempat, hubungan TRA dengan Perilaku Konsumtif. Theory of Reasoned Action menjelaskan bahwa untuk memahami perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, perlu diperhatikan bagaimana sikap individu terhadap suatu produk serta pengaruh pandangan atau norma sosial yang ada di sekitarnya. Dengan kata lain, keputusan pembelian seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh penilaian pribadi, tetapi juga oleh pertimbangan sosial dan lingkungan yang membentuk kecenderungan perilakunya.

E-Wallet

Dompet digital, juga dikenal sebagai e-wallet, adalah layanan keuangan

berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna menyimpan dan mengelola uang elektronik melalui perangkat digital seperti komputer, tablet, dan smartphone. Kehadirannya memberikan alternatif praktis sebagai pengganti dompet konvensional, yang biasanya memiliki uang tunai, kartu debit, atau kartu kredit. Aplikasi dompet digital biasanya terhubung ke rekening bank atau kartu pembayaran, sehingga memudahkan transaksi. Pembayaran dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi karena sistem keamanan menggunakan sidik jari, PIN, atau kata sandi.

E-wallet dapat digunakan untuk transaksi dan memiliki banyak fitur tambahan untuk menarik pengguna. Beberapa fitur tersebut termasuk program loyalitas, diskon, dan promo eksklusif. Mereka juga dapat terhubung ke layanan tambahan seperti transportasi online, pemesanan makanan, dan belanja online (Suyanto, 2023). Lima dompet digital paling populer di Indonesia adalah DANA, ShopeePay, GoPay, OVO, dan LinkAja. Kelima platform ini sangat populer karena kemudahan, keamanan, dan kenyamanan yang mereka tawarkan saat bertransaksi.

Setiap dompet digital memiliki fitur dan layanan unggulan yang membuatnya unik dari yang lain. Sistem yang diawasi langsung oleh Bank Indonesia dan berbagai fitur pembayaran adalah ciri khas DANA. Dengan integrasi ke platform Shopee, ShopeePay menawarkan bonus seperti cashback dan refund. OVO memiliki fitur pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan sistem poin reward yang dapat ditukar kembali, tetapi pada saat ini GoPay hanya dapat digunakan dalam aplikasi Gojek sebagai layanan saldo dan memiliki fasilitas Pay Later. LinkAja, yang dibuat oleh beberapa BUMN, menyediakan lebih banyak fitur seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan pajak. Keberagaman ini memungkinkan masyarakat untuk memilih dompet digital yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Gaya Hidup

Pada dasarnya, gaya hidup adalah istilah yang mengacu pada cara seseorang berperilaku, minat yang dimiliki, dan cara mereka melihat berbagai aspek kehidupan. Gaya hidup, menurut Kotler dan Keller (2009), didefinisikan sebagai pola hidup yang ditunjukkan oleh aktivitas, minat, dan pendapat seseorang.

Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah cara seseorang mengatur waktu, uang, dan rutinitas hariannya. Namun, Suratno dan Rismiati (2001) mengatakan gaya hidup adalah pola kebiasaan sehari-hari yang ditunjukkan oleh aktivitas dan ketertarikan individu. Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup terdiri dari kebiasaan, preferensi, dan pilihan seseorang dalam menjalani kehidupannya.

Berbagai komponen internal yang kuat, seperti sikap, pengalaman hidup, kepribadian, konsep diri, motivasi, dan persepsi yang dimiliki, mempengaruhi pembentukan gaya hidup seseorang (Nurmalia et al., 2024). Pada dasarnya, gaya hidup setiap orang adalah unik dan berbeda-beda, tetapi seringkali ditemukan pola tertentu dalam aktivitas sehari-hari. Pola-pola ini biasanya dapat dilihat dari jenis kegiatan yang dipilih, bidang atau hal-hal yang diminati, dan keyakinan dan perspektif yang dianut oleh masing-masing individu. Oleh karena itu, gaya hidup dapat dianggap sebagai representasi identitas dan keunikan diri yang menunjukkan cara seseorang mengekspresikan kehidupannya setiap hari melalui perilaku, keputusan, dan kebiasaan yang dilakukannya secara teratur.

Lebih lanjut, Pratiwi, Kurniawan, dan Aradea (2023) dalam Putri et al. (2023) menjelaskan bahwa dua komponen utama yang mempengaruhi gaya hidup adalah faktor demografis dan psikografis. Faktor demografis mencakup elemen yang dapat diukur seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, dan kondisi sosial ekonomi. Faktor psikografis lebih berkaitan dengan kepribadian, nilai yang dianut, minat, motivasi, dan sikap yang dimiliki seseorang. Kedua komponen tersebut saling melengkapi dalam mempengaruhi pilihan individu dalam aktivitas sehari-hari dan dalam menentukan preferensi mereka terhadap barang dan jasa tertentu.

Menurut Pratiwi, Kurniawan, dan Aradea (2023) dalam Putri et al. (2023), gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor demografis dan psikografis. Faktor demografis mencakup variabel-variabel yang dapat diukur secara objektif, seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, serta kondisi sosial ekonomi. Sementara itu, faktor psikografis lebih menitikberatkan pada

aspek kepribadian, nilai-nilai yang diyakini, minat, motivasi, serta sikap yang berperan dalam membentuk pola pikir dan perilaku individu. Kedua faktor ini memiliki peran yang saling melengkapi karena secara bersamaan dapat memengaruhi keputusan serta preferensi individu, baik dalam menjalankan aktivitas sehari-hari maupun dalam memilih produk dan layanan yang digunakan.

Pengendalian Diri

Kemampuan seseorang untuk mengendalikan tindakan dan menahan dorongan dalam situasi tertentu, seperti membuat keputusan tentang pembelian atau penggunaan barang, dikenal sebagai pengendalian diri. Orang-orang yang memiliki tingkat pengendalian diri tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam bertindak, mempertimbangkan semua pilihan mereka, dan mampu berpikir logis sebelum membuat keputusan akhir (Nofitriani, 2020).

Selain itu, menurut Ghufroon (dalam Zulfah, 2021), pengendalian diri terdiri dari berbagai komponen yang mempengaruhi perilaku seseorang. Pertama, kontrol terhadap perilaku, yang berarti kemampuan seseorang untuk mengontrol tindakannya agar sesuai dengan aturan yang berlaku. Kedua, kontrol terhadap stimulus, yang berarti bahwa seseorang dapat memilih rangsangan yang bermanfaat dan menolak rangsangan yang berpotensi memiliki efek negatif. Selain itu, kemampuan mengantisipasi situasi juga menjadi faktor penting, karena kesiapan menghadapi berbagai kondisi dapat membantu seseorang menyelesaikan masalah secara lebih efektif.

Kemampuan untuk memahami dan membuat keputusan yang tepat juga merupakan bagian dari pengendalian diri. Ketika seseorang tahu apa artinya suatu peristiwa, biasanya lebih mudah untuk membuat rencana dan tindakan yang sesuai. Pada akhirnya, keterampilan dalam mengambil keputusan dapat membantu orang lain dan lingkungan. Akibatnya, pengendalian diri adalah salah satu komponen penting yang membantu seseorang bertindak lebih bijaksana, terarah, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.

Perilaku Konsumtif

Salah satu definisi dari perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang

untuk membeli dan menggunakan suatu barang tanpa mempertimbangkan tingkat kebutuhan yang mendesak. Rasa ingin tahu ini biasanya berasal dari dorongan internal yang berlebihan daripada berdasarkan manfaat nyata dari barang yang dibeli. Orang yang terbiasa bersikap konsumtif cenderung menghabiskan banyak uang untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan (Sinaga et al., 2024). Hal ini dilakukan hanya untuk menciptakan kesan kemewahan atau prestise di mata orang lain.

Menurut Niko Ramadhani (2019) dan Lutfiah et al. (2022), ada sejumlah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Salah satunya adalah gengsi, ketika seseorang merasa terdorong untuk membeli barang mahal karena mengikuti tindakan orang lain. Selain itu, kecenderungan untuk mengikuti tren juga merupakan faktor utama yang berkontribusi. Perkembangan teknologi, mode, dan kecantikan adalah tren yang biasanya diikuti. Kebiasaan mengikuti tren secara berlebihan justru dapat berdampak negatif dan mendorong perilaku konsumtif, meskipun kadang-kadang dianggap wajar.

Selain itu, kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial dan keinginan untuk hidup mewah merupakan komponen tambahan. Seringkali, keinginan untuk memiliki barang berharga dan fasilitas mewah membuat seseorang mengabaikan tingkat prioritas kebutuhannya. Sebaliknya, keinginan untuk terlihat menarik juga mendorong orang untuk membeli barang bermerek untuk mempercantik penampilan mereka. Rasa puas karena mendapat pujian dan apresiasi dari orang lain kemudian mendorong orang untuk lebih banyak membeli, yang pada gilirannya menyebabkan pola konsumtif semakin berkembang.

A. Pengaruh *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

Dompot digital, juga dikenal sebagai e-wallet, adalah salah satu produk dari kemajuan teknologi finansial yang bertujuan untuk membuat orang lebih mudah melakukan pembayaran. Karena semua pembayaran dilakukan secara online, layanan ini memungkinkan pengguna menggunakan uang tunai atau kartu fisik sebagai penggantinya. Pembayaranannya lebih cepat dan efisien daripada metode

pembayaran konvensional karena hanya membutuhkan perangkat digital, seperti smartphone.

E-Wallet tidak hanya mudah untuk digunakan, tetapi juga memiliki banyak keuntungan lain. Ini termasuk peningkatan keamanan, pencatatan transaksi secara otomatis, dan promosi menarik yang sering ditawarkan oleh penyedia layanan. Di era digital, E-Wallet semakin penting, terutama karena belanja online yang meningkat dan kebutuhan masyarakat akan sistem pembayaran yang lebih canggih dan fleksibel.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Patrisia et al. (2023) di Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial FKIP Universitas Mulawarman, penggunaan dompet digital meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian oleh Astuti et al. (2022) menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital (e-wallet) juga mempengaruhi bagaimana generasi milenial mengkonsumsi barang-barang beragama Islam.

Hipotesis 1: E-Wallet berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

B. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

Cara seseorang memanfaatkan waktunya dan mengatur aktivitas sehari-harinya merupakan gambaran dari gaya hidup mereka. Pola ini terlihat dalam cara orang memilih aktivitas, menetapkan prioritas, dan menyalurkan energi untuk hal-hal yang dianggap penting dan menyenangkan. Oleh karena itu, gaya hidup mewakili sikap dan kebiasaan individu dalam menjalani kehidupan mereka lebih dari sekedar rutinitas. Sebaliknya, ketertarikan seseorang terhadap lingkungan sekitarnya terkait erat dengan gaya hidup mereka.

Studi oleh Firayanti & Suchmawan (2024) berjudul Pengaruh Pembayaran Non-Tunai (E-Wallet) dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat Angkatan 2020 menunjukkan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh baik sekaligus signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di universitas tersebut. Namun, penelitian yang

dilakukan oleh Prasinta et al. pada tahun 2023, dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z, menemukan bahwa gaya hidup memiliki efek positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja di Desa Karangtalun Kidul, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas.

Hipotesis 2: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

C. Pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

Pengendalian diri dapat dipahami sebagai kemampuan individu dalam mengarahkan serta mengendalikan perilakunya, terutama ketika dihadapkan pada keinginan yang berlebihan. Kemampuan ini berperan penting dalam membantu seseorang menahan dorongan sesaat agar tidak terbawa pada perilaku yang merugikan, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik cenderung mampu membuat keputusan pembelian yang lebih rasional, mempertimbangkan manfaat serta kebutuhan sebelum melakukan transaksi, sehingga dapat menekan kecenderungan konsumtif yang muncul akibat berbagai faktor eksternal seperti iklan, tren, maupun pengaruh lingkungan sosial.

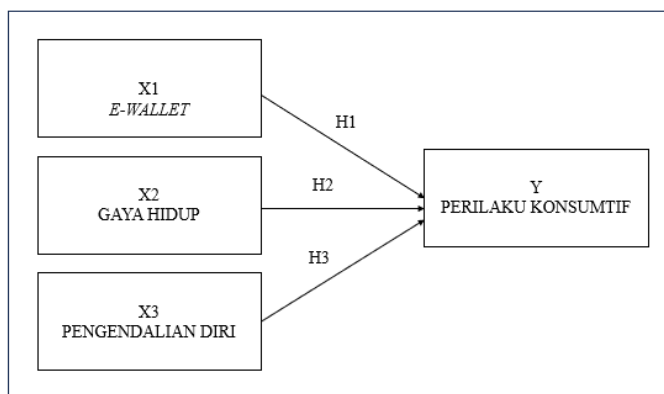
Dengan demikian, penelitian Lestari & Haris (2024) berjudul Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian melalui Shopee Pay Later pada Mahasiswa FEB UIN Raden Mas Said Surakarta menunjukkan bahwa pengendalian diri memiliki peran yang signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa. Marlina & Lusia (2023) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Ulasan Produk, Pengendalian Diri, Influencer, dan Shopping Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Toko TikTok," yang menunjukkan bahwa pengendalian diri memengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

Hipotesis 3: Pengendalian diri berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif

Belanja Online pada Dewasa Awal.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Paradigma kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menekankan analisis hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Sejalan dengan pendapat Sugiyono (2019), pendekatan kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, yang memandang bahwa pengetahuan harus didasarkan pada fakta empiris yang dapat diobservasi dan diukur secara sistematis, sehingga memenuhi kaidah-kaidah metode ilmiah.

Waktu dan Tempat Penelitian

Studi ini dilakukan dari 19 Juni hingga 13 Juli 2025 di Pekalongan menggunakan Google Form yang disebarakan secara online melalui Whatsapp.

Populasi dan Sampel Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah orang-orang yang berada di fase dewasa awal, antara 20 dan 40 tahun, yang merupakan pengguna aktif e-wallet dalam aktivitas belanja online di wilayah Pekalongan. Metode sampel non-probabilitas jenis Snowball sampling digunakan dalam penelitian dengan perhitungan menurut hair et al (2017), teknik ini menghasilkan perolehan sampel sebanyak 180 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer dikumpulkan secara langsung lewat kuesioner online, disebarkan melalui Google Forms kepada responden yang memenuhi kriteria. Instrumen kuesioner akan dihitung dengan Skala Likert lima poin, mulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari tinjauan pustaka terhadap berbagai sumber relevan seperti jurnal ilmiah, buku, dan situs web terpercaya.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data kuantitatif dalam studi ini menggunakan bantuan aplikasi statistik IBM SPSS versi 25. Program ini dipilih untuk kemampuannya dalam melakukan analisis statistik yang komprehensif. Tahapan analisis yang dilakukan meliputi: pengujian kualitas instrumen (uji validitas dan reliabilitas), pengujian prasyarat analisis model regresi (uji asumsi klasik), serta pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear berganda yang dilengkapi uji kelayakan model (uji F) dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing aspek karakteristik responden akan disampaikan pada bagian berikut ini:

Tabel 1

Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah responden	Persentase
Usia	20-25 tahun	128	71,1%
	26-30 tahun	35	19,4%
	31-35 tahun	12	6,5%
	36-40 tahun	5	2,8%
Jenis Kelamin	Laki-laki	58	32,2%
	Perempuan	122	67,8%

Pendidikan	SMA/Sederajat	97	53,9%
	Diploma (D1,D2,D3)	12	6,7%
	Sarjana (S1)	67	37,2%
	Pascasarjana (S2/S3)	4	2,2%
Pekerjaan	Kuliah sambil bekerja	45	25%
	PNS/ASN	11	6,1%
	Karyawan Swasta	44	24,4%
	Wirausaha	11	6,1%
	Lainnya	69	38,3%
Pendapatan Perbulan	< Rp. 1.000.000	53	29,4%
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	90	50%
	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	24	13,3%
	> Rp. 5.000.000	13	7,2%
Domili	Kota Pekalongan	117	65%
	Kabupaten Pekalongan	63	35%

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis data responden, profil partisipan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut. Dari segi usia, kelompok 20-25 tahun mendominasi dengan 128 responden (71,1%), diikuti oleh kelompok 26-30 tahun sebanyak 35 orang (19,4%), kelompok 31-35 tahun sebanyak 12 orang (6,5%), dan kelompok 36-40 tahun sebanyak 5 orang (2,8%). Dalam hal jenis kelamin, komposisi responden kebanyakan perempuan, yaitu 122 orang (67,8%), sementara responden laki-laki hanya 58 orang (32,2%).

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan SMA/ sederajat, yaitu 97 orang (53,9%). Sebanyak 67 orang (37,2%) merupakan lulusan Strata 1 (S1), 12 orang (6,7%) berasal dari lulusan Diploma, dan 4 orang (2,2%) merupakan lulusan Pascasarjana (S2/S3). Terkait dengan pekerjaan, kategori "lainnya" menjadi kelompok terbesar dengan 69 orang (38,3%), diikuti oleh mahasiswa yang bekerja sebanyak 45 orang (25%), karyawan swasta sebanyak 44 orang (24,4%), serta PNS/ASN dan wirausaha yang masing-masing berjumlah 11 orang (6,1%).

Selanjutnya, dari sisi pendapatan bulanan, separuh dari total responden (50% atau 90 orang) memiliki penghasilan antara Rp1.000.000–Rp2.500.000. Sebanyak 53 orang (29,4%) berpenghasilan di bawah Rp1.000.000, 24 orang (13,3%) berada pada kisaran Rp3.000.000–

Rp5.000.000, dan 13 orang (7,2%) berpenghasilan di atas Rp5.000.000. Terakhir, berdasarkan domisili, mayoritas responden berdomisili di Kota Pekalongan, yaitu 117 orang (65%), sedangkan 63 orang (35%) lainnya berdomisili di Kabupaten Pekalongan.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Suatu butir pernyataan kuesioner dikatakan memenuhi syarat validitas jika nilai korelasi (R-hitung) > nilai R-tabel. Penentuan nilai R-tabel dalam penelitian ini mengacu pada perhitungan derajat bebas ($df = n - 2$), di mana n merepresentasikan jumlah sampel penelitian pada tingkat 0,05. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 180 orang, maka diperoleh $df = 178$ atau nilai R-tabel sebesar 0,146. Hasil uji validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2
Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
E-Wallet (X1)	EW1	0.674	0.146	VALID
	EW2	0.631	0.146	VALID
	EW3	0.765	0.146	VALID
	EW4	0.736	0.146	VALID
	EW5	0.683	0.146	VALID
Gaya Hidup (X2)	GH1	0.517	0.146	VALID
	GH2	0.747	0.146	VALID
	GH3	0.799	0.146	VALID
	GH4	0.761	0.146	VALID
	GH5	0.633	0.146	VALID
Pengendalian Diri	PD1	0.749	0.146	VALID
	PD2	0.843	0.146	VALID
	PD3	0.654	0.146	VALID

(X3)	PD4	0.609	0.146	VALID
	PD5	0.826	0.146	VALID
Perilaku Konsumtif (Y)	PK1	0.662	0.146	VALID
	PK2	0.790	0.146	VALID
	PK3	0.808	0.146	VALID
	PK4	0.847	0.146	VALID
	PK5	0.766	0.146	VALID

Sumber: Data yang diolah, 2025

Hasil tersebut terlihat bahwa seluruh pernyataan kuesioner mempunyai nilai R-hitung yang melebihi nilai R-tabel. Maka, kuesioner dianggap valid dan layak untuk digunakan.

Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas, Cronbach's Alpha (α) digunakan untuk menilai seberapa konsisten suatu instrumen menghasilkan data jika pengukuran dilakukan dengan indikator yang sama berulang kali. Instrumen dianggap reliabel jika nilainya lebih dari 0,60 di Cronbach's Alpha.

Tabel 3
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria Standar	Keterangan
1	<i>E-Wallet</i>	0.737	0.6	Reliabel
2	Gaya Hidup	0.729	0.6	Reliabel
3	Pengendalian Diri	0.789	0.6	Reliabel
4	Perilaku Konsumtif	0.832	0.6	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2025

Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh dari uji reliabilitas menunjukkan hasil sebesar 0,737 untuk variabel *E-Wallet* (X1), 0,729 untuk variabel Gaya Hidup (X2), 0,789 pada variabel Pengendalian Diri (X3), serta 0,832 pada variabel Perilaku Konsumtif (Y). Karena seluruh nilai lebih tinggi dari 0,6, maka dapat dikatakan

bahwa setiap variabel pada penelitian memenuhi kriteria reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas melihat korelasi antar variabel bebas dan menilai nilai tolerabilitas dan variabel penginflasian faktor (VIF). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan apakah terdapat keterkaitan linear yang tinggi antara variabel independen pada regresi linear berganda.

Tabel 4
Uji Multikolinearitas

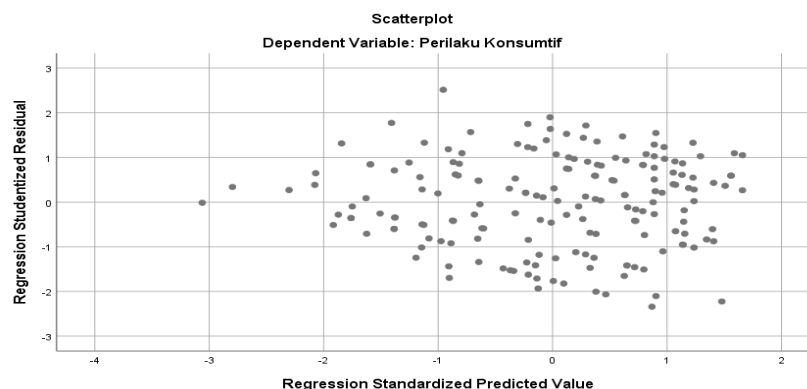
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
E-Wallet	0.737	1.356	Tidak terjadi multikolinearitas
Gaya Hidup	0.803	1.246	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengendalian Diri	0.807	1.239	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data yang diolah, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memenuhi kriteria bebas multikolinearitas. Dengan nilai tolerance yang seluruhnya $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Secara spesifik, nilai tolerance untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: E-Wallet 0,737, Gaya Hidup 0,803, dan Pengendalian Diri 0,807. Sementara itu, nilai VIF yang diperoleh adalah 1,356 untuk E-Wallet, 1,246 untuk Gaya Hidup, dan 1,239 untuk Pengendalian Diri. Hasil tersebut mengkonfirmasi tidak adanya korelasi tinggi antar variabel independen dalam model penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian asumsi klasik, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varians residual tetap konsisten sepanjang data dalam model regresi. Jika varians residual tetap konsisten sepanjang data, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas. Jika tidak, kondisi tersebut dikategorikan sebagai heteroskedastisitas.



Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada grafik scatterplot di atas, sebaran titik residual tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y. Maka model regresi yang digunakan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Salah satu tahapan analisis regresi adalah uji autokorelasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara error (residual) pada sebuah periode dengan error pada periode sebelumnya. Pengujian autokorelasi dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik nonparametrik yang dikenal sebagai Run Test. Teknik ini digunakan untuk mengetahui residual yang diperoleh dari model regresi tersebar secara acak atau memiliki pola tertentu. Jika hasil uji menunjukkan bahwa residual tersebar secara acak, maka model regresi dianggap bebas dari masalah autokorelasi dan asumsi independensi residual dapat terpenuhi.

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.44844
Cases < Test Value	90
Cases >= Test Value	90
Total Cases	180
Number of Runs	85
Z	-.897
Asymp. Sig. (2-tailed)	.370

a. Median

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,370 diperoleh dari uji run, yang ditampilkan dalam tabel. Nilai ini melebihi tingkat signifikansi 0,05, yang berarti bahwa residual dalam penelitian ini terdistribusi secara acak dan tidak

membentuk pola khusus. Dapat disimpulkan bahwa masalah autokorelasi tidak ada dalam model regresi yang digunakan.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan distribusi data penelitian sesuai dengan pola distribusi normal. Penelitian ini menggunakan metode statistik nonparametrik seperti uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas. Uji ini dapat menentukan sejauh mana data yang diperoleh tersebar secara umum. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, atau nilai p. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut dianggap mengikuti distribusi normal, tetapi nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut tidak memiliki distribusi normal. Oleh karena itu, perlu diperhatikan saat memilih teknik analisis statistik berikutnya.

Tabel 5

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		180
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.84223428
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.044
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data yang diolah, 2025

Merujuk pada hasil analisis yang tertampil dalam tabel, nilai Test Statistic yang diperoleh adalah 0,061. Nilai tersebut berada di atas tingkat signifikansi 0,05 ($0,061 > 0,05$). Berdasarkan pertimbangan statistik ini, dapat dikatakan residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, data memenuhi syarat untuk

diproses dalam analisis regresi lebih lanjut tanpa adanya pelanggaran terhadap asumsi normalitas.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah uji statistik yang dimaksudkan untuk menentukan seberapa banyak variasi dapat dijelaskan oleh variabel independen atau bagaimana variabel dependen berubah. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik variabel independen dapat menjelaskan peristiwa.

Tabel 6
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 ^a	0.302	0.290	3.87484
a. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Gaya Hidup				
b. , E-Wallet				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel, koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,302 menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi sebesar 30,2% pada variabel dependen. Faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini bertanggung jawab atas 69,8% dari total variasi.

Uji Simultan (Uji F)

Ketika uji F dilakukan secara bersamaan, tujuan uji F adalah untuk menentukan apakah pengaruh seluruh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, pengujian ini digunakan untuk mengidentifikasi model regresi yang cukup untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$), yang berarti bahwa jika nilai signifikansi hasil uji kurang dari 0,05, maka dapat

disimpulkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model dianggap tidak signifikan atau variabel independen tidak dapat menjelaskan bagaimana variabel dependen berubah.

Tabel 7
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1144.86	3	381.62	25.417	.000 ^b
	Residual	2642.535	176	15.014		
	Total	3787.394	179			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data yang diolah, 2025

Menurut tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel dependen Perilaku Konsumtif dipengaruhi secara signifikan oleh ketiga variabel independen: E-Wallet, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri. Nilai F-hitungnya adalah 25,417 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Akibatnya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan signifikan untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis statistik yang dikenal sebagai regresi linear berganda digunakan untuk menentukan hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Metode ini tidak hanya digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, tetapi juga digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan memperkirakan kombinasi nilai dari masing-masing variabel independen.

Tabel 8
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4.741	2.429		1.951	0.053
	E-Wallet	0.241	0.1	0.176	2.402	0.017
	Gaya Hidup	0.638	0.091	0.493	7.012	0
	Pengendalian Diri	-0.229	0.112	-0.143	-2.04	0.043
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada tabel, persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

$$Y = 4.741 + 0.241EW + 0.638GH - 0.229PD + e$$

Nilai dasar variabel dependen (Y) adalah 4,741 jika nilai total variabel independen adalah nol, menurut nilai konstanta 4,741. Selain itu, koefisien regresi variabel E-Wallet sebesar 0,241 menunjukkan bahwa, dengan asumsi ada variabel lain dalam keadaan konstan, setiap peningkatan satu unit pada penggunaan e-wallet akan menghasilkan peningkatan variabel Y sebesar 0,241. Sementara itu, koefisien variabel Gaya Hidup sebesar 0,638 mengindikasikan pengaruh yang lebih kuat, setiap penambahan satu unit pada gaya hidup akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,638. Di sisi lain, koefisien regresi Pengendalian Diri yang bernilai negatif (-0,229) mengungkapkan hubungan berbanding terbalik, setiap terjadinya peningkatan satu unit dalam pengendalian diri justru akan mengurangi nilai Y sebesar 0,229, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Tabel 9

Pengujian Hipotesis

Hipotesis		Keterangan
H1	<i>E-Wallet</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal.	Diterima
H2	Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal	Diterima
H3	Pengendalian Diri berpengaruh positif terhadap Perilaku	Diterima

	Konsumtif pada Dewasa Awal	
--	----------------------------	--

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

H1: *E-Wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

Hasil dari analisis penelitian menunjukkan bahwa variabel *E-Wallet* (X1) meningkatkan perilaku belanja online dewasa muda (Y). Output pengolahan data dengan SPSS versi 25 menunjukkan nilai t-hitung sebesar $2.402 > 1.974$. dengan nilai signifikansi sebesar $0.017 < 0.05$. Maka hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya, penggunaan *E-Wallet* telah menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap kebiasaan belanja online dewasa muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor utama yang membuat e-wallet semakin diminati oleh responden termasuk akses yang mudah, kecepatan dalam bertransaksi, fleksibilitas dalam pengisian saldo, dan fitur yang sederhana namun berguna. Hal ini juga menyebabkan lebih banyak orang menjadi konsumtif. Dengan aplikasi yang mudah digunakan dan sistem pembayaran yang mudah, responden lebih sering melakukan transaksi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keberadaan e-wallet berkontribusi pada pembentukan pola perilaku konsumtif belanja online pada orang dewasa muda, karena transaksi digital lebih cepat, efektif, dan fleksibel.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Patrisia et al., 2023) yang menjelaskan bahwa adanya pengaruh positif antara *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Astuti et al., 2022) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Islam pada Generasi Milenial.

H2 : Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

Hasil analisis menunjukkan variabel Gaya Hidup (X2) memberikan pengaruh positif pada Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal (Y). Hasil

pengolahan data menggunakan SPSS menunjukkan nilai t-hitung sebesar $7.012 > 1.974$, dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Akibatnya, hipotesis kedua (H2) diterima. Gaya hidup tampaknya berperan besar dalam meningkatkan kecenderungan dewasa muda untuk berbelanja online.

Hasil analisis menyeluruh menunjukkan bahwa kebutuhan fungsional seseorang bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang. Faktor emosional dan psikologis juga mempengaruhi keputusan tersebut. Faktor-faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif termasuk keinginan untuk meningkatkan citra diri, memperoleh rasa puas secara pribadi, dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial. Semakin kuat orientasi seseorang terhadap gaya hidup mereka, semakin besar kecenderungan mereka untuk menjadi konsumtif. Dengan kata lain, fokus yang besar pada tren, gaya hidup kontemporer, dan keinginan untuk menunjukkan status sosial dapat meningkatkan kemungkinan orang sering melakukan pembelian online secara impulsif dan menjadi mudah terpengaruh oleh promosi, tren pasar, dan pengaruh media sosial.

Studi ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Firayanti & Suchmawan, 2024), yang menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif serta signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat. Adapun Penelitian yang dilakukan oleh (Prasinta et al., 2023), yang menjelaskan bahwa hasil dalam penelitian ini yaitu Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif di Desa Karangtalun Kidul, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas.

H3: Pengendalian diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal.

Hasil dari analisis penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengendalian Diri (X3) berpengaruh positif pada Perilaku Konsumtif Belanja Online (Y). Hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar $2.402 > 1.974$ dan nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0,05$, menunjukkan bahwa variabel Pengendalian Diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada dewasa muda.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan kemampuan mengendalikan diri yang baik adalah faktor penting dalam mengurangi kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Ketika mereka memutuskan untuk membeli sesuatu, orang dengan pengendalian diri yang tinggi cenderung lebih berhati-hati. Mereka juga cenderung memprioritaskan kebutuhan mereka daripada memenuhi keinginan mereka. Seseorang yang memiliki keterampilan tersebut tidak mudah dipengaruhi oleh dorongan psikologis, tekanan yang ada di sekitarnya, atau strategi promosi yang ditawarkan.

Seperti yang dijelaskan dalam penelitian (Lestari & Haris, 2024), yang menjelaskan bahwa Pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Adapun penelitian yang dilakukan (Marlina & Lusia, 2023), yang menjelaskan bahwa Pengendalian diri berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana E-Wallet, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online pada kalangan dewasa awal di era digital. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 180 responden, dan data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Adapun hasil yang diperoleh dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, variabel E-Wallet (X1) terbukti memberikan pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal (Y). Hal ini ditunjukkan melalui pengolahan data menggunakan SPSS, di mana nilai t_{hitung} sebesar 2,402 lebih besar daripada t_{tabel} 1,974 dengan tingkat signifikansi $0,017 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan diterima, yang berarti E-Wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada dewasa awal.
2. Berdasarkan hasil analisis, variabel Gaya Hidup (X2) terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Dewasa Awal (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil SPSS yang menunjukkan nilai t_{hitung}

sebesar 7,012 lebih besar dibandingkan *t tabel* 1,974 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada dewasa awal.

3. Berdasarkan hasil analisis, variabel Pengendalian Diri (X3) juga terbukti berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online (Y). Hal ini dibuktikan melalui hasil pengolahan data SPSS yang menghasilkan nilai *t hitung* sebesar 2,04 lebih besar daripada *t tabel* 1,974 dengan tingkat signifikansi $0,043 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada dewasa awal.

Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif, misalnya faktor media sosial, promosi atau iklan digital, dorongan dari teman sebaya, maupun motivasi dalam berbelanja. Hal ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada kalangan dewasa awal di era digital.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan usia responden diperluas dengan melibatkan kelompok lain, seperti remaja akhir, dewasa madya, hingga lanjut usia. Dengan demikian, dapat dilakukan perbandingan antara kelompok usia yang berbeda sehingga hasil penelitian menjadi lebih kaya.
3. Untuk penelitian selanjutnya, penggunaan metode pengumpulan data tambahan seperti wawancara, observasi langsung, atau forum diskusi terarah juga dianjurkan. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam, sekaligus mengungkap dimensi subjektif dari pengalaman para responden.
4. Untuk penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memasukkan variabel

intervening maupun moderating ke dalam model analisis. Penggunaan variabel intervening dapat membantu menjelaskan mekanisme hubungan antara variabel independen dan dependen, sedangkan variabel moderating dapat memperlihatkan kondisi tertentu yang mampu memperkuat atau justru melemahkan hubungan tersebut.

REFERENSI

- Aditya, A. R. (2023). Efektivitas Media Sosial dan Teknologi Informasi terhadap Perilaku Masyarakat dalam Operasional Transaksi Jual Beli Online. *Journal of Information Systems and Management* ..., 02(03), 65–70. <https://jisma.org/index.php/jisma/article/view/385%0Ahttps://jisma.org/index.php/jisma/article/download/385/85>
- Akuntansi, J., & Syariah, P. (2024). *Jamasy : Jamasy* : 4, 119–128.
- Alfitriyani, D. (n.d.). *The Influence of Social Media on Student Consumptive Behavior Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 1–9.
- Ananda, M. A. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 10(2), 62-69.
- Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economia*, 2(8), 2019–2035. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.715>
- Asia, M., Darwis, P., Misi, H. L., & Sabil, M. (2024). *Vifada Management and Digital Business Pengaruh Aplikasi Belanja Online Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa STIE AMKOP Makassar (Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Shopee)*. 1(1), 8–17.
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 46-58.
- Astuti, H., Alfiyana, S., & Kartika, K. D. (2024). *Peran E-commerce Dan Gaya Hidup Dalam Menentukan Perilaku Konsumen*. 15(01).
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millenial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827–834. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475>
- Dan, K., Hidup, G., Hidayatullah, M. A., Amin, M., Jipri, N., Hartono, R., Santoso, U., & Nanda, M. R. (2024). *Pengaruh Penggunaan Uang Digital Terhadap Perilaku Pendahuluan*. 9(2).
- Darmajaya, B. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z*.
- Darwis, M. A. P., Misi, H. L., & Sabil, M. (2024). Pengaruh Aplikasi Belanja Online Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa STIE AMKOP Makassar (Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Shopee). *Vifada Management and Digital Business*, 1(1), 8–17.

- De Yusa, V., Aswin, A., & Pratisti, C. (2023, August). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Pembelian Kosmetik Madame Gie. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 72-81).
- Empiris, S., Mahasiswa, P., Nusantara, I. A. I., Dinamika, U., & Jambi, B. (2020). *Pengaruh Pengendalian Diri, Motivasi, Perilaku dan Minat Belajar terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi*. 2(4), 232–241.
- Firayanti, Y., & Suchmawan, E. (2024). *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Pengaruh Pembayaran Non-Tunai (E-Wallet) dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat Angkatan 2020*. 1(9), 800–819.
- Fitriyani, L. R., Nurhajati, L., & Wijayanto, X. A. (2021). *Cara bijak menggunakan dompet elektronik* (Issue April).
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, A. A. L., & Winarti, A. (2022). Pengaruh Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Di Masa Kini. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 352–356.
- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2024). *Consumer Behavior Generasi Z: Aspek E-wallet dan Financial Literacy*. 4(November), 34–41.
- Hidayatullah, M. A., Jipri, M. A. N., Hartono, R., Santoso, U., & Afnany, M. R. N. P. (2024). Pengaruh penggunaan Uang Digital terhadap perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Masyarakat. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 9(2), 19-27.
- Khairulnizam, R. S., & Surjanti, J. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 154–160. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p154-160>
- Khoirunnisa, D. A. & R. N. (2021). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE Riza Noviana Khoirunnisa Abstrak. *Jurnal Penelitian Psikologi Perilaku*, 8(9), 95.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Pay Later Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Masharif Al- Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 389–404.
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mahasiswa, K. (2024). *Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. 10(September), 62–69. <https://doi.org/10.55933/jpd.v10i2.639>
- Marlina, V., & Lusya, A. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Pengendalian Diri, Influencer dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Tiktok Shop. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 1–15. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i01.119>
- Maryam, S., & Rahmawati, E. D. (2024). PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA:

- PERAN LITERASI KEUANGAN DAN ELECTRONIC WALLET. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 1009-1015.
- Nurhidayanti, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-wallet di Desa Muka Paya. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(3), 147-160.
- Nurmalia, G., Islam, U., Raden, N., Lampung, I., Wulan, M. N., Lampung, U., Utamie, Z. R., Islam, U., Raden, N., & Lampung, I. (2024). *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung : Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee*. 3(01), 22–32.
- Patrisia, P., Ellyawati, N., Piar, C. S., Reza, R., & Astuti, R. F. (2023). Pengaruh Pembayaran Non Tunai (E-wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial FKIP Universitas Mulawarman. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 11(1), 1–8.
- Paya, M., Nurhidayanti, S., Hasibuan, S. W., & Sakdiah, K. (2024). *JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. 3(3), 147–160.
- Pendidikan, T., Pendidikan, F. I., Mandiri, U. B., & Gorontalo, K. (2023). *Karakteristik Perkembangan Masa Dewasa Awal Developmental Characteristics of Early Adulthood dan mengharuskan dirinya untuk berkecimpung dengan masyarakat bersama dengan tahapan kehidupan selanjutnya , karena telah mampu menyelesaikan tugas untuk mencipta*. 3(1).
- Penggunaan, P., Gaya, E. D. A. N., & Khadijah, S. N. (2022). *Pengaruh penggunaan e-wallet dan gaya hidup terhadap spending behavior pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas gresik*. 1(1), 8–16.
- Pramesti, G., Azizah, A., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., & Widyanti, D. V. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Bangun Rekaprima*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.32497/bangunrekaprima.v9i1.4425>
- Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3028–3038. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>
- Putri, A. V., Nola Jaya Sasi Kirana, & Peny Cahaya Azwari. (2023). Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 19–32. <https://doi.org/10.56644/adl.v4i1.54>
- Putri, K. Z., Zahara, N., & Mulyeni, S. (2025). *Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif*. 1–10.
- Ramadhana, T., Ilhamy, M. L., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh E-Money Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Journal Of Management, Economic And Accounting (JMEA)*, 1(1), 33–48.
- Raysharie, P. I., Rahmawati, A., Hawini, F. G., Marlina, J. T., Natalia, L. D., & Yudistira, R. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Palangka Raya Angkatan 2023. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 23(2), 121-130.
- Sari, N. N., & Irmayanti, N. (2021). *HUBUNGAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF ABSTRAK Pendahuluan*. 2(2), 32–38.
- Sheldy, Y. P., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet

- DANA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5, September 2023*, 1–14.
- Sinaga, K., Sianturi, C. M., & Waruwu, P. E. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 4(1), 79–101.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Valencia, Ratnaningtyas, A., & Prastyani, D. (2023). Kaitan Intensitas Penggunaan Tiktok Shop Dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 35–45. <https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/300>
- Wahyuni, M. (2020). Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS versi 25. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Wawo, A. B., Safaruddin, S., & Qalbi, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik Sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 142–153.
- Zulfah. (2021). Karakter: Pengembangan Diri. *IQRA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 28–33.