Journal : **Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)**
Publisher : **Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri**
ISSN : **3032-6036**
Volume / Issue / Year/ Page : **3/ 4 /2026: Oktober / 361-369**

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

Ayu Saniah[1*], Witarsa[2], Heni Kuswanti[3]
[1,2,3]Universitas Tanjungpura
ayusaniahskw@gmail.com
*Penulis Korespondensi

Informasi Artikel

Pengajuan	:	05-09-2026
Peninjauan	:	11-09-2026
Revisi	:	21-10-2026
Dietrima	:	27-10-2026
Diterbitkan	:	30-10-2026

Kata Kunci
Aplikasi Belanja Online, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, Pendidikan Ekonomi, Sikap Keuangan

AbstraK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi penelitian berjumlah 203 mahasiswa angkatan 2022, 2023, dan 2024, dengan sampel sebanyak 135 responden yang ditentukan menggunakan teknik simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai signifikansi 0,002. Sementara itu, sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi 0,901. Secara simultan, penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai F hitung sebesar 7,811 dan signifikansi 0,001. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,106 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 10,6% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Simpulan penelitian ini adalah penggunaan aplikasi belanja online berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Namun, kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura.*

How To Cite: Saniah, A., Witarsa, & Kuswanti, H. (2026). Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE), 3*(4). 361-369. https://doi.org/10.70248/jdedte.v3i4.4958

DOI: . https://doi.org/10.70248/jdedte.v3i4.4958
This is an open access article under https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Copyright© 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki beragam kebutuhan yang harus dipenuhi setiap harinya, dengan banyaknya kebutuhan tersebut manusia tidak bisa lepas dari aktivitas konsumsi sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya jumlah penduduk, kebutuhan manusia semakin kompleks dan beragam. Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang berlebihan. Akibatnya, muncul kecenderungan perilaku konsumtif pada sebagian masyarakat yang lebih

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-369

mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dasar. Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang timbul karena adanya keinginan untuk membeli barang atau menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan semata tanpa memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan kebiasaan berbelanja, karena berbelanja dapat dijadikan sebagai cara untuk mengurangi rasa lelah dan stres akibat aktivitas sehari-hari (Dewi et al., 2017). Seseorang yang berperilaku konsumtif bersedia melakukan dan mengorbankan berbagai aspek demi memperoleh apa yang diinginkannya. Menurut (Lutfiah et al,. 2022) perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang telah mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa memperhatikan nilai kegunaan barang tersebut untuk mencapai kepuasan diri secara maksimal.

Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengonsumsi barang secara berlebihan (Setiaji & Amaliya, 2017). Generasi muda tersebut, yakni para mahasiswa yang dianggap mampu dalam membedakan mana kebutuhan yang harus mereka penuhi dan mana yang hanya faktor keinginan atau hasrat individu. Akan tetapi, pada kenyataannya mahasiswa masih belum bisa mengontrol perilaku konsumtif mereka (Mulyati, 2021). Hal ini dapat dilihat dari pengeluaran atas kebutuhan lain-lain, yaitu shopping dan jalan-jalan, yang lebih tinggi dibandingkan pengeluaran untuk makan, minum, transportasi, serta kebutuhan belajar seperti membeli buku, mengikuti seminar, print, dan fotocopy. Padahal kebutuhan belajar yang lebih penting untuk menunjang karirnya merupakan investasi untuk masa depannya. Berdasarkan hasil penelitian (Lutfiah et al., 2022) mahasiswa pernah membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan hanya karena terlihat menarik, adanya diskon, atau sekedar merasa senang saat melihatnya. Kebiasaan ini, dapat menyebabkan pada perilaku boros dan kurangnya kontrol diri dalam suatu hal yang sebenarnya tidak mereka butuhkan tetapi ingin ia memiliki. Hal ini membuat mahasiswa tidak rasional dalam pembeliannya, sehingga mengarah pada perilaku konsumtif. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, salah satunya yaitu penggunaan aplikasi belanja online. Menurut (Harahap, 2018) belanja online merupakan proses transaksi yang dilakukan melalui media digital seperti platform jual beli online ataupun jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa. Adapun aplikasi yang menyajikan aktivitas untuk berbelanja secara online, yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan aplikasi sejenis lainnya (Fadhilah & Abadi, 2023).

Sebagian besar mahasiswa terlibat dalam aktivitas belanja online karena dinilai lebih efisien dibandingkan belanja secara offline yang dianggap memakan waktu, kurang praktis, dan tidak selalu menyediakan barang sesuai keinginan (Ulya et al., 2023). Belanja online menjadi suatu kebiasaan bagi sebagian orang karena kemudahan yang diberikan dan banyak yang beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan (Amalia, 2022). Hal ini sering kali menjadi pemicu meningkatnya dorongan belanja impulsif yang tidak direncanakan. Sikap keuangan juga menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut (Arifin, 2018) sikap keuangan diartikan sebagai cara berpikir, pendapat, serta penilaian mengenai keuangan. Seseorang yang memiliki sikap keuangan dapat menentukan bagaimana sikap dan perilaku mengenai hal yang berhubungan dengan keuangan seperti pengelolaan, penganggaran maupun keputusan yang akan diambil (Rambe, 2020). Sikap keuangan merupakan kecenderungan sikap

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-369

yang bersifat positif atau negatif terhadap uang (Zainiati, 2017). Sikap keuangan yang dimiliki setiap individu akan membantu individu untuk mengerti bagaimana sikap dan perilaku yang dimiliki dalam keputusan keuangannya.

Pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif sejalan dengan teori dari Ajzen 1991 (Ajeng Zaskia, 2021). Teori ini menjelaskan bahwa intensi perilaku dapat diprediksi dari tiga elemen pembentuk yaitu sikap berperilaku, norma subjektif dan persepsi pengendalian terhadap perilaku. Dalam konteks penelitian ini, sikap keuangan dianggap sebagai faktor utama niat seseorang untuk melakukan perilaku keuangan tertentu. Norma subjektif merupakan tekanan sosial yang dirasakan individu dalam melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu perilaku, berdasarkan keinginan untuk dinilai baik dan diterima oleh lingkungan sekelilingnya. Pada bagian kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai perasaan individu tentang kemudahan dan kesulitan yang dialaminya dalam berperilaku ketika menilai kondisi eksternal. Hal ini dapat terjadi apabila ada pengaruh dari luar, salah satunya berasal dari penggunaan aplikasi belanja online yang mempengaruhi sikap individu terhadap tersebut.

Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa 71,9% mahasiswa Pendidikan Ekonomi sering membeli barang secara impulsif (tanpa perencanaan) dan 28,1% tidak membeli barang secara impulsif. Berdasarkan uraian tersebut, dapat memberikan gambaran bahwa mayoritas mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan masih belum dapat mengelola keuangannya dengan bijak sehingga masih terdapat banyak mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui penyebab terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Apakah penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dan seberapa jauh penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Penelitian ini penting dilakukan karena untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi belanja online mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sikap keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, serta pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan secara bersamaan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan memahami faktor-faktor ini, kita dapat mengidentifikasi berbagai alasan mahaiswa dalam berperilaku konsumtf. Dengan memahami konteksn ini, kita dapat melihat gambaran mengenai pengaruh penggunaan aplikasi belanja online dan sikap keuangan bagi mahasiswa terutama mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Selain itu, penelitian ini memberikan manfaat ilmu pengetahuan agar mahasiswa dapat mengurangi dan mempertimbangkan segala sesuatu sebelum membeli barang maupun jasa agar tidak terjadinya pembelian secara impulsif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Menurut (Sugiyono, 2019) suatu cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Jadi, pengertian kausal yang dimaksud, yaitu jenis penelitian yang mencari hubungan antar satu variabel dengan variabel lain yang memiliki sebab akibat. Jenis metode penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan dan mencari pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan tahun angkatan 2022, 2023, dan 2024

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-369

dengan jumlah 203 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, yaitu memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk menjadi responden dan pengambilan sampel dilakukan secara acak. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Rumus slovin dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\boldsymbol{n = \frac{N}{1 + Ne^2}}$$

Keterangan:
n : banyak sampel minimum
N :banyak sampel pada populasi
e : batas toleransi kesalahan (*error*) adalah 5%

$$n = \frac{203}{1 + 203(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{203}{1 + 203\ (0{,}0025)}$$

$$n = 135$$

Jadi, besar sampel yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 135 sampel.

Klasifikasi penentuan sampel menggunakan rumus:

$$\frac{Jumla\square\ ma\square asiswa\ tiap\ angkatan}{Populasi}\ x\ Sampel$$

Tabel 1.
Deskripsi responden

Kelas	Populasi	Sampel
Reguler & PPAPK 2022	61	41
Reguler & PPAPK 2023	70	46
Reguler 2024	72	48
Jumlah	203	135

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disebarkan kepada sampel penelitian dan diukur menggunakan skala Likert. Skor yang ditetapkan berkisar dari 1 sebagai skor paling rendah hingga 5 sebagai skor paling tinggi. Data ini diolah dan dianalisis dengan memanfaatkan perangkat lunak statistik IBM SPSS versi 22.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja *Online* (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.

Tabel 2.
Hasil Uji t Parsial Penggunaan Aplikasi Belanja Online (X1)

Model	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	25,569	0,148	–	–
X1_Penggunaan Aplikasi Belanja Online	3,191	0,002	0,622	1,609

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-370

Berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan, diperoleh sebesar 3,191 > 1,656 t-tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05, dengan artian bahwa Ha1 diterima maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh penggunaan aplikasi belanja *online* terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fadhilah & Abadi, 2023) yang menemukan bahwa aplikasi belanja *online* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu pada penelitian (Dianingsih, 2020) juga menunjukkan bahwa belanja *online* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menyatakan semakin tinggi penggunaan aplikasi belanja *online*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah penggunaan aplikasi belanja *online* maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Kusnaeni et al., 2025) yang menunjukkan bahwa aplikasi belanja *online* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya menunjukkan mahasiswa tidak sepenuhnya memanfaatkan aplikasi belanja *online* berdasarkan faktor kenyamanan, waktu, kemudahan, kepercayaan, dan kelengkapan informasi.

Pengaruh Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.

Tabel 3.
Hasil uji t parsial sikap keuangan (X2)

Model	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.569	.148		
X1_Sikap Keuangan	-.125	.901	.622	1.609

Berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan, diperoleh sebesar -0,125 < 1,656 t-tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,091 > 0,05, dengan artian bahwa Ha1 ditolak maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian (Ohorella et al., 2025) yang menyatakan bahwa sikap keuangan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selain itu pada penelitian (Alrizani et al., 2025) yang dilakukan kepada 100 responden juga menunjukkan hasil bahwa sikap keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sikap keuangan mahasiswa akan dikendalikan pada saat mereka makin paham terkait pengetahuan keuangan, karena semakin tinggi sikap kontrol diri maka mereka akan berperilaku konsumtif. Namun, terdapat penelitian yang tidak sejalan yaitu penelitian dari (Rahmawati, 2024) yang mempunyai hasil yaitu sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap dalam pengelolaan keuangan yang baik dimulai dengan mengaplikasikan sikap keuangan yang baik. Dalam pengelolaan keuangan juga diperlukan sikap dan perilaku dalam mencapai tujuan, komitmen yang tinggi, dan kinerja yang baik, sehingga pengelolaan keuangan pribadi dapat dilaksanakan dengan baik dan bertanggungjawab. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018) yang mempunyai hasil, yaitu sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena seseorang mempunyai cara pandang

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-370

dan sikap yang berbeda mengenai uang. Uang bisa mempengaruhi seseorang untuk berpikir dan bertindak secara irasional. Sikap terhadap uang dapat memunculkan sikap dan perilaku keserakahan, ketakutan, dendam serta perilaku anti sosial. Seseorang mengartikan uang sebagai alat yang sangat berpengaruh terhadap tindakan yang dilakukan. Sikap keuangan memiliki kedudukan dalam pembelian kompulsif dikalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki sikap terhadap uang akan cenderung mempresepsikan uang sebagai alat untuk memenuhi seluruh keinginan yang dimiliki dengan otomatis akan mengakibatkan adanya rasa untuk membelanjakan uangnya.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja *Online* (X1) dan Sikap Keuangan (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.

Tabel 4.
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1. Regression	7,811	0,001
Residual	–	–

Berdasarkan nilai F-tabel yang diperoleh sebesar 3,06. Sehingga nilai F-hitung > F-tabel atau 7,811 > 3,06. Selain itu, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima yang berarti penggunaan aplikasi belanja *online* dan sikap keuangan terdapat pengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif. Namun, ketika dilakukan uji T hasilnya menunjukkan bahwa sikap keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi yang lebih besar berasal dari variabel penggunaan aplikasi belanja *online*, sedangkan pengaruh sikap keuangan relatif kecil dan tidak signifikan secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan, berbelanja *online* secara langsung lebih berperan dalam membentuk kebiasaan konsumtif dibandingkan sikap keuangan. Penggunaan aplikasi belanja *online* berpengaruh langsung melalui aktivitas berbelanja, seperti membuka aplikasi saat waktu luang, melihat-lihat produk tanpa perencanaan, memanfaatkan promo dan diskon yang tersedia, serta melakukan pembelian secara spontan, sedangkan sikap keuangan lebih bersifat sebagai pengendali atau pertimbangan pribadi dalam mengatur pengeluaran, menyusun prioritas kebutuhan dan mempertimbangkan manfaat sebelum melakukan pembelian.

Tabel 5.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.325[a]	.106	.092	20.509

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,106. Artinya, variabel penggunaan aplikasi belanja *online* (X1) dan sikap keuangan (X2) secara bersama-sama memberikan sebesar 10,6% terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). meskipun kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, namun pengaruhnya hanya kecil dan hal ini menunjukkan bahwa terdapat 89,4% variabel yang tidak diukur di dalam penelitian ini

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-370

yang ikut berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain penggunaan aplikasi belanja *online* dan sikap keuangan, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut (Pulungan & Febriaty, 2018) perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola seseorang yang menunjukkan bagaimana orang hidup, membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu. Sedangkan menurut (Winarta et al., 2019) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan ialah suatu keterampilan dan pengetahuan untuk memahami kondisi serta konsep keuangan dan merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku agar seorang individu mampu membuat keputusan yang efektif dengan semua sumber daya keuangannya. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seorang individu, maka semakin handal individu tersebut mengelola keuangannya.

KESIMPULAN

Bahwa penggunaan aplikasi belanja *online* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel sebesar 3,191 > 1,656 dan nilai sig. sebesar 0,002 < 0,05. Artinya, perubahan pada perilaku konsumtif disebabkan oleh penggunaan aplikasi belanja *online* yang dimiliki seseorang. Sikap keuangan (X2) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel sebesar -0,125 < 1,656 dan nilai sig. sebesar 0,091 > 0,05. Artinya, perubahan pada perilaku konsumtif tidak disebabkan oleh sikap keuangan yang dimiliki oleh seseorang. Penggunaan aplikasi belanja *online* (X1) dan sikap keuangan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Hal ini dapat dilihat dari nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel sebesar 7.811 > 3,06 dan nilai sig. sebesar 0,001 < 0,05.

Pernyataan mengenai Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)

AI digunakan dalam penyusunan naskah ini semata-mata untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, serta penyuntingan guna meningkatkan kejelasan dan keterbacaan tulisan. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas keakuratan data, hasil analisis, orisinalitas, integritas, dan seluruh isi akademik naskah. Setiap konten yang dibantu oleh AI telah ditinjau dan diverifikasi oleh penulis sebelum naskah diserahkan.

Konflik Kepentingan

Kami, sebagai penulis artikel ini, menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik secara finansial maupun nonfinansial, yang dapat memengaruhi pelaksanaan penelitian, interpretasi hasil, penulisan, maupun publikasi artikel ini.

Kontribusi Penulis

Konseptualisasi: Ayu Saniah, Witarsa, dan Heni Kuswanti; metodologi: Ayu Saniah dengan arahan Witarsa dan Heni Kuswanti; pengumpulan data: Ayu Saniah; pengolahan dan analisis data: Ayu Saniah; validasi: Witarsa dan Heni Kuswanti; penulisan draf awal: Ayu Saniah; peninjauan dan penyuntingan naskah: Witarsa dan Heni Kuswanti. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-370

Ucapan Terima Kasih

Kami menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura atas dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura angkatan 2022, 2023, dan 2024 yang telah bersedia menjadi responden serta memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
Catatan penting: Bagian kontribusi penulis di atas merupakan usulan berdasarkan susunan penelitian dalam artikel, bukan pembagian tugas yang telah dikonfirmasi. Sebaiknya Ayu Saniah, Witarsa, dan Heni Kuswanti memeriksa kembali pembagian kontribusi tersebut sebelum naskah diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ajeng Zaskia, H. M. (2021). Intensi Berwirausaha: Analisis Bibliometrik. Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 5(2), 99–106. https://doi.org/10.23969/oikos.v7i1.5959

Alrizani, S., Sudrajat, A., Alzhara, A. S., Zahra, D. S., & Bariah, H. S. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa/i dalam Berbelanja Produk Heelsaddict. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9(2), 14748–14756. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27755

Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 3(1), 1–16.

Arifin, A. Z. (2018). Influence Factors toward Financial Satisfaction with Financial Behavior as Intervening Variable on Jakarta Area Workforce. European Research Studies Journal, 21(1), 90–103. https://www.researchgate.net/publication/333223345_Influence_Factors_toward_Financial_Satisfaction_with_Financial_Behavior_as_Intervening_Variable_on_Jakarta_Area_Workforce

Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Journal of Economic Education, 6(1), 29–35. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec

Dianingsih, F. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah di IAIN. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1–116. http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/87687

Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Journal of Business & Applied Management, 16(2), 141–156. https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293

Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. JRMSI – Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 9(2), 193–213. https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02

Kusnaeni, S. E., Setiawan, D., & Farid, M. M. (2025). Pengaruh Aplikasi Belanja Online dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di IKIP Widya Darma. Journal of Economic, Development, Accounting and Research (JEDAR), 4(2), 177–190. https://doi.org/10.56707/jedarr.v4i2.290

Journal : Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics (JDEDTE)
Publisher : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
ISSN : 3032-6036
Volume / Issue / Year/ Page : 3/ 4 /2026: Oktober / 361-370

Lutfiah, 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

Mulyati, S. (2021). Jurnal Pendidikan Ekonomi, 8(1), 1–13. http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE

Ohorella, E. C. R., Hasan, M. H., & Ruray, T. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan dan Locus of Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima KIP Kuliah Fakultas Ekonomi Universitas Nuku Kota Tidore Kepulauan. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 11, 424–433. https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12979

Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). 3(2). https://journal.areai.or.id/index.php/moneter/article/download/454/482/2176

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Generasi Milenial di Kabupaten Tulungagung. Jurnal Riset Sains Manajemen, 2(3), 103–110. https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873

Rahmawati, Y. (2024). Pengaruh Sikap Keuangan, Kelas Sosial dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Insan Pembangunan Indonesia (UNIPI). 18(2), 1–8. https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.267

Rambe, Y. (2020). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, dan Parental Income terhadap Financial Management Behavior pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/27980

Setiaji, K., & Amaliya, L. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). Economic Education Analysis Journal, 6(3). https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/20320/9643

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Ulya, A., Putri, O. N., & Naylawati, W. A. (2023). Budaya Konsumtif Belanja Online di Kalangan Mahasiswa. Prosiding Seminar Nasional, 1300–1308. https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/906

Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Promosi Penjualan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Journal of Accounting and Business Studies, 4(2), 76–91. https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.472

Zainiati, N. (2017). Pengaruh Locus of Control dan Sikap Keuangan yang Dimediasi oleh Niat terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprin