



## Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Digital, Dukungan Keluarga, dan Sosial Media terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Eka Lutfi Fitria<sup>1\*</sup>, Kadeni<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

Email : [ekalutfi1112@gmail.com](mailto:ekalutfi1112@gmail.com)<sup>1</sup>, [denikdk@gmail.com](mailto:denikdk@gmail.com)<sup>2</sup>

Jl. Mayor Sujadi No.7, Manggis, Plosokandang, Kec. Kedungwaru,  
Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66229

Korespondensi penulis : [ekalutfi1112@gmail.com](mailto:ekalutfi1112@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the influence of financial literacy, digital technology use, family support, and social media on consumer behavior of Bhinneka PGRI Tulungagung University students in the context of the digital economy. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires distributed to 86 student respondents. The data analysis process involved a series of stages such as instrument validity and reliability testing, multiple linear regression analysis, classical assumption testing, t-test, f-test, and coefficient of determination (R<sup>2</sup>) analysis. The results showed that partially, three independent variables—digital technology use, family support, and social media—have a positive and significant influence on student purchasing decisions. Meanwhile, financial literacy did not show a statistically significant influence. However, when tested simultaneously, the four variables together have a significant influence on student consumer behavior in making purchasing decisions. Of these four factors, digital technology use is the most dominant variable in influencing student consumer behavior. This indicates that students are highly dependent on technology in carrying out consumption activities, from information search to transaction processing. Family support and the influence of social media also contribute to shaping preferences and purchasing decisions. Overall, student consumer behavior in the digital age is heavily influenced by social and technological factors. These findings highlight the importance of improving financial literacy among students, as well as the need for wise use of technology and social media to prevent excessive and uncontrolled consumer behavior.*

**Keywords:** *Consumer Behavior, Digital Technology, Family Support, Financial Literacy, Social Media*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan teknologi digital, dukungan keluarga, dan media sosial terhadap perilaku konsumen mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung dalam konteks ekonomi digital. Dalam pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 86 responden mahasiswa. Proses analisis data melibatkan serangkaian tahapan seperti uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi linier berganda, pengujian asumsi klasik, uji-t, uji-f, dan analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, tiga variabel independen — penggunaan teknologi digital, dukungan keluarga, dan media sosial — memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Sementara itu, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik. Namun, ketika diuji secara simultan, keempat variabel tersebut secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian. Dari keempat faktor tersebut, penggunaan teknologi digital merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sangat bergantung pada teknologi dalam melakukan aktivitas konsumsi, mulai dari pencarian informasi hingga proses transaksi. Dukungan keluarga dan pengaruh media sosial juga berkontribusi dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian. Secara keseluruhan, perilaku konsumen mahasiswa di era digital sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan teknologi. Temuan ini menyoroti pentingnya peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa, serta perlunya pemanfaatan teknologi dan media sosial secara bijak untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan dan kurang terkontrol.

**Kata kunci:** Dukungan Keluarga, Literasi Keuangan, Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Teknologi Digital.

### 1. LATAR BELAKANG

Ledakan pesat teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan secara drastis, mulai dari cara kita memproduksi, mendistribusikan, hingga mengonsumsi berbagai barang dan jasa. Kemajuan teknologi memungkinkan berbagai kegiatan dilakukan secara lebih

efektif dan efisien, bahkan dari rumah. Salah satu dampak sosial dari kemudahan ini adalah meningkatnya perilaku pembelian, terutama di kalangan anak muda seperti pelajar. Menurut Rahayu et al., (2021), teknologi modern membuat proses transaksi semakin mudah, namun juga mendorong pola konsumsi masyarakat yang berlebihan.

Mahasiswa sebagai kelompok usia dewasa awal berada dalam fase eksplorasi identitas di mana seseorang rentan terhadap dampak lingkungan, termasuk gaya hidup dan media sosial. Penelitian oleh Kadeni.& Srijani. Ninik., (2018) mencerminkan besarnya dampak media sosial dan pengaruh teman sebaya terhadap pola konsumsi mahasiswa. Konten yang tersebar di media sosial kerap kali tidak bersifat mendidik, bahkan lebih sering mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, baik secara sadar maupun tanpa disadari. Tribuana, (2020) menambahkan bahwa mudahnya akses informasi digital melalui internet dan media sosial dapat menumbuhkan minat berbelanja secara impulsif yang sering kali tidak didasari oleh kebutuhan fungsional.

Perubahan gaya hidup mahasiswa juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budaya kampus. Gumulya & Widiastuti, (2013) menyatakan bahwa kehidupan kampus telah membentuk pola konsumsi baru, di mana mahasiswa cenderung mengikuti tren dan membeli barang bermerek untuk mendapatkan pengakuan sosial. Temuan awal yang diperoleh dari kuesioner terhadap 50 mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung menunjukkan bahwa 80% responden mengaku sering membeli barang yang tidak dibutuhkan, 70% memiliki literasi keuangan rendah, dan 80% merasa sangat terpengaruh oleh media sosial dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Dalam hal mengatur keuangan pribadi, literasi keuangan memegang peranan krusial untuk mencegah individu terperosok dalam perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terkendali. Tribuana, (2020) Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengatur, mengendalikan, dan mengambil keputusan terkait keuangan secara mandiri dan bijak. Penelitian oleh Oktaviani et al., (2023) menyebutkan bahwa literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya lebih bijak dan rasional dalam mengelola pengeluaran, sehingga lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menghindari keputusan konsumsi yang impulsif. Selain itu, Jasmine, (2014) menyatakan bahwa teknologi digital telah mengubah cara mahasiswa membeli barang, dengan kecenderungan membeli berdasarkan kesenangan daripada kebutuhan.

Elemen tambahan yang juga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah dukungan keluarga.(Wulandari et al., 2021) menekankan pentingnya pendidikan ekonomi

dalam keluarga sebagai pondasi perilaku konsumsi yang sehat. Ketika keluarga tidak memberikan pengawasan atau kontrol terhadap keuangan, mahasiswa cenderung mengadopsi gaya hidup yang konsumtif. Penelitian oleh Naufali Muttaqin & Noviani, (2022) juga menunjukkan bahwa keluarga yang memberikan edukasi keuangan dan kontrol pengeluaran mampu menekan perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi semakin menguat, seperti yang ditunjukkan oleh Hunaifi et al., (2024) bahwa promosi melalui media sosial dapat memengaruhi preferensi merek, keputusan pembelian, dan mendorong konsumen untuk segera melakukan transaksi. Kurniawan, (2017) menguatkan bahwa sosial media bukan sekedar sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium promosi yang efektif dalam membentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa.

Melihat berbagai temuan tersebut, bisa diambil kesimpulan untuk perilaku konsumtif mahasiswa di era ekonomi digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, teknologi digital, dukungan keluarga, dan media sosial. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas masing-masing faktor secara terpisah, sementara penelitian ini mencoba mengkaji pengaruh keempat variabel tersebut secara simultan, sehingga diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana perilaku pembelian mahasiswa di era ekonomi digital dipengaruhi oleh media sosial, dukungan keluarga, penggunaan teknologi digital, dan literasi keuangan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk menciptakan program edukasi keuangan yang lebih efektif dan memotivasi mahasiswa untuk berperilaku konsumsi yang lebih bijaksana dan cermat.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Konsumtif yaitu istilah yang kerap berkaitan dengan perilaku konsumtif dalam kegiatan ekonomi manusia. Menurut Lestarina et al., (2017) Perilaku Konsumtif adalah menggunakan barang-barang yang tidak dibutuhkan, terjadi karena mempunyai kecenderungan materialistis, kebutuhan untuk memperoleh barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan, dan pembelian yang dilakukan hanya untuk kesenangan.

Menurut Amalia, (2022) perilaku konsumtif yaitu memakai barang yang sebenarnya tidak diperlukan barang tersebut termasuk dari barang sekunder. Menurut Fathihani & Rosdiana, (2024) Perilaku konsumtif di kalangan generasi muda saat ini cenderung mengutamakan hasil instan, maka dari itu seringkali tidak melihat proses, dan kurangnya dalam perencanaan keuangan.

Menurut Dewi et al., (2017) Perilaku konsumtif yaitu kegiatan memakai atau membeli sesuatu yang mengandalkan keinginan dan kepuasan daripada kebutuhan. Menurut Hidayah & Bowo, (2019) Perilaku konsumtif mengacu pada pembelian barang secara berlebihan, mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier dengan mengorbankan kebutuhan primer, sehingga menimbulkan pemborosan. Menurut Wulandari et al., (2021) Perilaku konsumtif pada remaja merupakan kegiatan mengkonsumsi secara berlebihan yang tidak didasari pikiran secara rasional dan hanya bertujuan memperoleh kesenangan tanpa memikirkan kebutuhan terlebih dahulu.

Berdasarkan teori-teori diatas maka dapat disimpulkan yaitu Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan yang dilakukan individu dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan didorong oleh keinginan yang saat ini tidak diperlukan, tanpa pertimbangan perencanaan keuangan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan serangkaian teknik atau langkah sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk menghimpun data dan informasi, kemudian menganalisis serta menafsirkan hasil temuan. Pemilihan metode yang tepat sangat krusial, karena menentukan sejauh mana tujuan penelitian dapat dicapai secara efektif dan akurat.

Menurut Sugiyono, (2015) Penelitian kuantitatif sering disebut sebagai metode tradisional karena telah digunakan sejak lama dan menjadi pendekatan yang mengakar dalam dunia penelitian. Disebut metode kuantitatif karena data yang dikumpulkan berbentuk angka-angka, dan analisisnya dilakukan menggunakan teknik-teknik statistik untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan yang objektif.

Metode penelitian kuantitatif dicirikan sebagai pendekatan yang berpijak pada paradigma positivistik, yang menekankan pada objektivitas dan pengukuran. Pendekatan ini digunakan dalam studi yang melibatkan populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian seperti kuesioner atau survei, dan dianalisis secara numerik menggunakan teknik statistik. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 86 responden. Untuk menganalisis data yang diperoleh, digunakan serangkaian teknik analisis statistik, yang meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, evaluasi terhadap asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t untuk menguji signifikansi parsial, uji F untuk menguji

signifikansi simultan, serta analisis koefisien determinasi guna mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

Penelitian dilaksanakan di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung pada Tahun Akademik 2024/2025. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 86 responden mahasiswa dengan metode purposive sampling. Instrumen penelitian divalidasi terlebih dahulu dan diuji reliabilitasnya sebelum disebarakan

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil Penelitian

##### Uji Statistik

##### Uji Normalitas

**Tabel 6.** Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.62991776
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.053
	Negative	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		.843
Asymp. Sig. (2-tailed)		.477

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 6. Pada Uji Normalitas dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal yang dibuktikan dengan nilai signifikansi data yaitu  $0,477 > 0,05$ .

##### Uji Linearitas

**Tabel 7.** Uji Linearitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X <sub>1</sub> dengan Y	0,953	Linier
X <sub>2</sub> dengan Y	0,296	Linier
X <sub>3</sub> dengan Y	0,296	Linier
X <sub>4</sub> dengan Y	0,296	Linier

Uji linearitas menggunakan tingkat signifikansi 5%, dengan kriteria lolos jika sig. Deviation from Linearity  $\geq 0,05$ . Hasilnya menunjukkan bahwa setiap variabel independen menunjukkan hubungan linier terhadap perilaku konsumtif (Y), yaitu:

- Literasi Keuangan (X1): sig.  $0,953 \geq 0,05 \rightarrow$  lolos uji linearitas
- Penggunaan Teknologi Digital (X2): sig.  $0,296 \geq 0,05 \rightarrow$  lolos uji linearitas
- Dukungan Keluarga (X3): sig.  $0,610 \geq 0,05 \rightarrow$  lolos uji linearitas
- Sosial Media (X4): sig.  $0,110 \geq 0,05 \rightarrow$  lolos uji linearitas

Dengan demikian, semua variabel X dinyatakan linear terhadap perilaku konsumtif (Y).

Uji t

**Tabel 8.** Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.934	9.629		-.097	.923
1 TOTALX1	.046	.047	.096	.984	.328
TOTALX2	.849	.119	.612	7.166	.000
TOTALX3	-.110	.042	-.267	-2.656	.010
TOTALX4	.190	.076	.225	2.487	.015

a. Dependent Variable: TOTALY

Hasil uji t menunjukkan:

- Literasi Keuangan (X1):  $t_{hitung} 0,984 < t_{tabel} 1,989$ , sig.  $0,328 > 0,05$  → tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- Penggunaan Teknologi Digital (X2):  $t_{hitung} 7,166 > t_{tabel} 1,989$ , sig.  $0,00 < 0,05$  → berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- Dukungan Keluarga (X3):  $t_{hitung} - 2,656 > t_{tabel} 1,989$ , sig.  $0,01 < 0,05$  → berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- Sosial Media (X4):  $t_{hitung} 2,487 > t_{tabel} 1,989$ , sig.  $0,01 < 0,05$  → berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### Pembahasan

Secara parsial, Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis nol diterima. Sebaliknya, Penggunaan Teknologi Digital, Dukungan Keluarga, dan Sosial Media terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan Teknologi Digital dan Sosial Media berpengaruh positif, sedangkan Dukungan Keluarga berpengaruh negatif.

Secara simultan, keempat variabel yakni Literasi Keuangan, Penggunaan Teknologi Digital, Dukungan Keluarga, dan Sosial Media memiliki pengaruh bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

Sebagian perilaku konsumtif mahasiswa masih dapat dijelaskan oleh keempat variabel yang diteliti, namun selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berada di luar cakupan penelitian ini. Temuan yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif menegaskan bahwa pengetahuan finansial semata belum cukup untuk membendung dorongan konsumtif mahasiswa. Artinya, pola konsumsi

mereka kemungkinan besar lebih didominasi oleh dorongan emosional, tekanan sosial, serta pengaruh media yang masif—yang secara tidak langsung melemahkan peran logika dan pengendalian diri dalam pengambilan keputusan finansial. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh Winarta et al., (2019) serta Syamiya, (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif melalui pengetahuan dan pemahaman finansial yang mendalam.

Penggunaan Teknologi Digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini didukung oleh teori Munthe & Muslim, (2024) yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan kemudahan teknologi digital meningkatkan kecenderungan konsumtif. Febrianty & Saleh, (2023) juga menjelaskan bahwa aplikasi dompet digital dengan kemudahan transaksi dan promosi mendorong perilaku konsumtif di kalangan masyarakat cashless.

Dukungan Keluarga berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sesuai dengan teori Wulandari et al., (2021), peran keluarga sangat penting dalam membentuk kebiasaan finansial yang sehat. Hal ini diperkuat oleh Dewi et al., (2017) yang menyatakan bahwa orang tua menjadi teladan utama bagi anak dalam mengontrol gaya hidup konsumtif.

Sosial Media berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kadeni.& Srijani. Ninik., (2018) menegaskan bahwa media sosial mempermudah akses mahasiswa terhadap berbagai produk dengan harga bersaing dan fitur menarik, yang mendorong perilaku konsumtif. Naufali Muttaqin & Noviani, (2022) juga menyatakan bahwa paparan produk di media sosial memicu pola pikir konsumtif di kalangan mahasiswa.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan Teknologi Digital, Dukungan Keluarga, dan Media Sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, baik secara parsial maupun simultan. Sebaliknya, tidak ditemukannya hubungan positif yang signifikan antara Literasi Keuangan dan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa tingkat pemahaman keuangan mahasiswa masih belum mampu menahan dorongan konsumsi yang dipicu oleh faktor eksternal.

Pola konsumsi mahasiswa terbukti lebih banyak dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap teknologi digital, tekanan atau kebiasaan dalam lingkungan keluarga, serta eksposur sosial media yang intens, yang cenderung mendorong perilaku konsumtif secara emosional dan

impulsif. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi urgensi yang tak bisa diabaikan. Mahasiswa perlu dibekali pemahaman yang lebih mendalam tentang pengelolaan keuangan agar mampu bersikap bijak dan kritis dalam menghadapi godaan konsumtif di tengah derasnya arus ekonomi digital dan budaya instan.

## **6. SARAN**

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangannya agar lebih bijak dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran, khususnya dalam menghadapi kemudahan bertransaksi di era digital. Mahasiswa perlu membangun kebiasaan keuangan yang sehat seperti membuat anggaran, menabung, dan memilah antara kebutuhan dan keinginan.

Keluarga, terutama orang tua, diharapkan memberikan edukasi keuangan sejak dini serta memperkuat komunikasi dan pengawasan terhadap aktivitas konsumsi anak. Dukungan emosional dan pengarahan yang positif dari keluarga dapat membantu mahasiswa mengontrol perilaku konsumtif yang berlebihan.

Lembaga pendidikan tinggi diharapkan dapat menyelenggarakan seminar atau pelatihan terkait literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital secara bijak. Selain itu, perlu adanya integrasi materi tentang keuangan pribadi dan etika digital dalam kurikulum atau kegiatan kemahasiswaan.

Mahasiswa sebagai pengguna aktif sosial media disarankan untuk lebih kritis dalam menyaring informasi, khususnya iklan dan promosi produk yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Siswa yang menggunakan sosial media secara bertanggung jawab akan mampu menahan tekanan teman sebaya dan gaya hidup konsumtif yang tidak sesuai dengan situasi keuangan individu mereka.

## **DAFTAR REFERENSI**

- 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*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>
- Dewi, N., Rusdarti, R., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Fathihani, F., & Rosdiana, R. (2024). Pengaruh financial literacy, locus of control, lifestyle terhadap financial management behavior. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 712–723. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i4.724>

- Febrianty, D. A. P., & Saleh, S. (2023). Pengaruh penggunaan aplikasi dompet digital terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115>
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(1), 50–65. <https://www.neliti.com/publications/126900/>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak media sosial terhadap interaksi remaja di era digital. *Fikriyyah: Jurnal Ilmu Keislaman*, 5(3), 161–174. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v5i3.1412>
- Jasmine, K. (2014). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Penambahan Natrium Benzoat dan Kalium Sorbat (Antiinversi) dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2(11), 1–10.
- Kadeni, & Srijani, N. (2018). Pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(1). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 1–12. <https://jurnal.univpgr-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Munthe, E., & Muslim, F. (2024). Pengaruh teknologi digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. *Jurnal Teknologi dan Edukasi*, 5(4). <https://doi.org/10.31004/jote.v5i4.28034>
- Muttaqin, N., & Noviani, L. (2022). Pengaruh media sosial, literasi ekonomi, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Rahayu, C. D., M, H. B., Zuhdi, K. N., Perdana, M. I., Aprilia, N. F., Dionchi, P. H. P., & Yuniar, A. D. (2021). Perilaku konsumtif sebagai dampak online shop di kalangan mahasiswa Sosiologi 2019 Universitas Negeri Malang. *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5), 542–546. <https://doi.org/10.17977/um063v1i5p542-546>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Syamiya, E. N. (2023). Pengaruh literasi keuangan, kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v7i1.7354>
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri dan konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *PRISMA (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- 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>
- Wulandari, F., Wardani, D. K., & Setyowibowo, F. (2021). Pengaruh pendidikan ekonomi dalam keluarga, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 7(2), 1–12. <https://jurnal.uns.ac.id/bise>