



Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam: Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Uang Elektronik

Nur Atikah Handayani¹, Nurintan Muliani Harahap²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidimpuan

[¹nuratikahhandayani@gmail.com](mailto:nuratikahhandayani@gmail.com)
[²nurintanmuliani@uinsyahada.ac.id](mailto:nurintanmuliani@uinsyahada.ac.id)

Abstrak,

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih banyaknya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang menunjukkan perilaku konsumtif, meskipun telah memiliki pengetahuan tentang prinsip konsumsi dalam Islam. Berdasarkan hasil wawancara awal, perilaku konsumtif tersebut dipengaruhi oleh rendahnya penerapan literasi keuangan, gaya hidup yang semakin meningkat, serta kemudahan penggunaan electronic money.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan electronic money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (f), serta koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan electronic money berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidimpuan. Variabel-variabel tersebut juga mampu menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *Elektronic Money* dan Perilaku Kosumtif.

Abstract,

This study is motivated by the fact that many students of the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) at UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan still exhibit consumptive behavior, despite having knowledge of Islamic consumption principles. Based on preliminary interviews, this behavior is influenced by the low application of financial literacy, increasingly consumptive lifestyles, and the ease of using electronic money. This study aims to examine the effect of financial literacy, lifestyle, and the use of electronic money on the consumptive behavior of FEBI students at UIN Syahada Padangsidimpuan. The research employs a quantitative approach with a sample of 100 respondents. Data were collected through interviews and questionnaires. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial (t) tests, simultaneous (F) tests, and the coefficient of determination with the assistance of SPSS software.

The results indicate that both partially and simultaneously, financial literacy, lifestyle, and the use of electronic money have a significant effect on the consumptive behavior of FEBI students at UIN Syahada Padangsidimpuan. These variables are also able to significantly explain students' consumptive behavior.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, *Electronic Money*, and Consumptive Behavior.

PENDAHULUAN

Konsumsi manusia sangat dipengaruhi oleh zaman yang semakin hari semakin berkembang. Baik kemajuan dari sisi teknologi, maupun informasi. Serta kehidupan manusia yang cenderung dinamis. Saat ini masyarakat sekarang lebih sering mengkonsumsi di luar kebutuhan pokok (primer). Konsumsi sekarang lebih mengarah seperti gaya hidup. Ada juga konsumen yang membeli merek tertentu secara spontan tanpa pemikiran panjang, karena desain kemasannya yang canggih dan menarik saja. Keputusan yang diambil bukan merupakan pertimbangan rasional namun hanya karena alasan emosional semata. Internet memberi kemudahan bagi penggunaannya untuk mengakses berbagai macam hal. Internet telah menjadi gaya hidup yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Adanya internet dalam kehidupan masyarakat sehari-hari mampu mempermudah dan mempercepat semua pekerjaan serta menghubungkan orang-orang dalam belahan dunia tanpa harus berbatas jarak dan waktu. Pekerjaan sehari-hari dapat diselesaikan dengan mudah seperti mencari informasi, sosial media, berita, pembayaran secara *online*, pemesanan secara *online*, *browsing* video dan masih banyak lagi. Salah satu yang kian menonjol adalah kemudahan dalam berbelanja berbagai keperluan dalam kehidupan (Erna Ferinnadewi, 2013). Dalam perspektif konseling Islam, perilaku konsumtif tidak hanya dipandang sebagai persoalan ekonomi semata, tetapi juga sebagai permasalahan psikologis dan spiritual. Perilaku konsumsi yang berlebihan mencerminkan lemahnya pengendalian diri serta dominasi keinginan yang tidak selaras dengan nilai kesederhanaan (wasathiyah) dan keseimbangan hidup yang diajarkan dalam Islam. Oleh karena itu, perilaku konsumtif mahasiswa menjadi isu penting dalam kajian konseling Islam, khususnya dalam upaya pembentukan kepribadian yang sehat dan berakhlak.

Dalam hal ini mahasiswa sangat penting untuk memahami literasi keuangan. Bagi sebagian besar mahasiswa, masa perkuliahan merupakan langkah awal bagi mereka dalam mengelola keuangannya sendiri tanpa adanya pengawasan dari orangtua. Mahasiswa akan mengalami berbagai permasalahan yang baru serta lingkungan yang baru tanpa adanya pengawasan secara langsung dari orangtua. Untuk itu mahasiswa dituntut untuk bisa mandiri yang bertanggung jawab dalam segala hal, salah satunya mengenai masalah keuangan (Muh. Ibnu Iqbal, 2020). Mahasiswa sebagai kelompok usia remaja akhir dan dewasa awal berada pada fase pencarian jati diri dan rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial serta budaya konsumsi modern. Dalam kondisi tersebut, mahasiswa tidak hanya membutuhkan pemahaman rasional terkait pengelolaan keuangan, tetapi juga pendampingan psikospiritual yang mampu membentuk kontrol diri, tanggung jawab, dan kesadaran moral dalam mengambil keputusan konsumsi. Sejauh ini, penelitian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa lebih banyak dikaji dari perspektif ekonomi dan manajemen keuangan, sementara kajian yang mengintegrasikan literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *electronic money* dalam perspektif konseling Islam masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian konseling Islam, khususnya dalam memahami dan menangani perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Saat ini remaja khususnya mahasiswa ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sekitarnya, dengan melakukan berbagai cara untuk berusaha menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan setiap orang berbeda dan tentu saja berbeda dengan yang



lain. Para mahasiswa sering kali ingin menunjukkan diri mereka bahwa mereka bisa mengikuti suatu hal yang sedang tren (viral) misalnya. Tanpa memikirkan kemampuan mereka. Gaya hidup konsumtif mahasiswa juga terkait dengan karakteristik mahasiswa yang mudah terbujuk dengan hal hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman dan cenderung boros dalam menggunakan uang (Shintya Novita Sari, 2021). Perkembangan teknologi pembayaran digital seperti electronic money memberikan kemudahan transaksi, namun di sisi lain berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang bersifat impulsif. Dalam konteks konseling Islam, fenomena ini menjadi tantangan baru karena kemudahan transaksi tanpa uang tunai dapat melemahkan kesadaran individu terhadap nilai dan batasan dalam konsumsi. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan konseling Islam yang mampu mengintegrasikan nilai spiritual dalam menghadapi perubahan perilaku konsumsi di era digital.

Uang elektronik (E-Money) adalah suatu alat pembayaran yang sah nontunai dengan nominal uang yang dicantumkan sama terhadap jumlah uang yang disetorkan awalnya oleh pemilik uang elektronik kepada penerbit. Nilai uang akan disimpan secara elektronik ke dalam suatu media seperti server atau chip, dan bisa ditransfer untuk kebutuhan transaksi pembayaran (Ihsan, 2018). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan electronic money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa serta meninjau temuan tersebut dalam perspektif konseling Islam, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan layanan konseling yang berorientasi pada pembentukan perilaku konsumsi yang sehat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Berdasarkan pengamatan peneliti dapat mengetahui bahwa penggunaan e-money oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan sangat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa lebih sering berbelanja dikarenakan banyak discount yang ditawarkan dan prosesnya lebih mudah melakukan pembelian.

Berdasarkan fenomena yang terjadi peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut sejauh mana ketertarikan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam penggunaan electronic money serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumsinya dengan melakukan penyebaran kusioner melalui google formulir. Dari 50 mahasiswa yang diberikan kusioner terdapat 42 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan e-money, seperti link aja, Ovo, Gopay, Shopee pay, M-banking dan lain-lain. Dengan alasan yang dominan yaitu menjadi mudah dalam belanja online serta banyak discount ketika e-money digunakan sebagai alat pembayaran.

KAJIAN TEORI

Self-Control (Pengendalian Diri)

Self-control atau pengendalian diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan dorongan, keinginan, serta perilaku agar selaras dengan tujuan jangka panjang dan norma yang berlaku. Self-control dipahami sebagai proses regulasi diri yang memungkinkan individu menahan dorongan instan dan menunda kepuasan sesaat demi mencapai tujuan yang lebih bermakna dalam jangka panjang (Baumeister & Vohs, 2007). Individu dengan tingkat pengendalian diri yang

**Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Konseling Islam:
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Electronic Money**

Nur Atikah Handayani¹, Nurintan Muliani Harahap²

baik cenderung mampu membuat keputusan secara rasional, mengelola emosi, serta menghindari perilaku yang bersifat impulsif (Tangney et al., 2004).

Dalam konteks perilaku konsumtif, self-control berperan sebagai mekanisme internal yang membatasi individu dari perilaku konsumsi berlebihan. Lemahnya pengendalian diri menyebabkan individu mudah terpengaruh oleh dorongan emosional, tekanan sosial, serta stimulus eksternal seperti promosi dan tren gaya hidup, sehingga mendorong terjadinya pembelian impulsif (Baumeister et al., 1994). Mahasiswa sebagai kelompok usia dewasa awal memiliki kerentanan terhadap perilaku konsumtif karena masih berada pada fase pencarian jati diri dan belum sepenuhnya memiliki kestabilan dalam pengambilan keputusan (Ghufron & Risnawita, 2016).

Self-control juga memiliki keterkaitan erat dengan literasi keuangan. Pengetahuan dan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan tidak secara otomatis mampu mencegah perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan kemampuan pengendalian diri yang kuat. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik tetapi lemah dalam self-control tetap berpotensi melakukan pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan (Muraven & Baumeister, 2000). Dengan demikian, self-control berfungsi sebagai jembatan antara pengetahuan finansial dan perilaku konsumsi aktual.

Dalam perspektif konseling Islam, konsep self-control sejalan dengan ajaran pengendalian hawa nafsu (mujahadatun nafs) dan penyucian jiwa (tazkiyatun nafs), yang bertujuan membentuk keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual. Konseling Islam memandang perilaku konsumtif sebagai indikasi lemahnya pengendalian diri dan dominasi keinginan yang tidak selaras dengan nilai kesederhanaan (wasathiyah) dan sikap qana'ah. Oleh karena itu, penguatan self-control melalui pendekatan konseling Islam menjadi penting dalam membantu individu membentuk perilaku konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab (Tohirin, 2013). Dalam perspektif konseling Islam, perilaku individu dipandang sebagai hasil interaksi antara akal, nafs, dan qalb. Permasalahan perilaku, termasuk perilaku konsumtif, muncul ketika dorongan nafsu lebih dominan dibandingkan dengan pengendalian akal dan nilai spiritual. Oleh karena itu, konseling Islam menekankan pentingnya pengendalian diri (mujahadatun nafs) dan penyucian jiwa (tazkiyatun nafs) sebagai upaya mengarahkan perilaku individu agar selaras dengan prinsip kesederhanaan (wasathiyah) dan keseimbangan hidup (Lubis, 2011).

Konseling Islam juga berperan dalam membentuk kesadaran moral dan spiritual individu melalui internalisasi nilai-nilai Islam, seperti qana'ah (merasa cukup), amanah, dan tanggung jawab. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan dalam pengambilan keputusan, termasuk keputusan konsumsi. Dalam konteks mahasiswa, konseling Islam berfungsi sebagai sarana pendampingan psikospiritual yang membantu mahasiswa mengelola tekanan sosial, gaya hidup, dan kemudahan teknologi modern agar tidak terjerumus ke dalam perilaku konsumtif yang berlebihan (Sutoyo, 2015).

Teori Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan, tidak berdasarkan kebutuhan yang rasional, melainkan didorong oleh keinginan, emosi, serta pengaruh lingkungan sosial. Perilaku ini sering ditandai dengan kecenderungan membeli barang tanpa perencanaan, mengikuti tren, mengutamakan simbol status, dan kurang mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari barang yang dikonsumsi. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif berkembang seiring dengan meningkatnya pengaruh gaya hidup modern,



kemudahan akses teknologi digital, serta tuntutan sosial untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan (Sumartono, 2002; Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

Secara psikologis, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sikap, persepsi, motivasi, dan kontrol diri individu, sedangkan faktor eksternal mencakup pengaruh teman sebaya, media sosial, iklan, serta kemudahan sistem pembayaran. Menurut teori perilaku konsumen, keputusan pembelian tidak selalu bersifat rasional, tetapi sering kali bersifat impulsif akibat rangsangan emosional dan situasional. Kondisi ini semakin diperkuat dengan hadirnya teknologi pembayaran non-tunai seperti electronic money yang dapat mengurangi kesadaran individu terhadap nilai uang yang dikeluarkan (Schiffman & Kanuk, 2010; Ferinnadewi, 2013).

Dalam perspektif ekonomi dan perilaku, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan. Individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung sulit mengelola pendapatan dan pengeluaran secara bijak, sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, literasi keuangan yang tinggi tidak selalu menjamin rendahnya perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan kemampuan pengendalian diri yang kuat. Oleh karena itu, perilaku konsumtif tidak hanya dipahami sebagai persoalan ekonomi semata, tetapi juga berkaitan dengan aspek psikologis dan moral individu (Lusardi & Mitchell, 2014; Baumeister & Vohs, 2007).

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif dipandang sebagai perilaku yang bertentangan dengan prinsip kesederhanaan (wasathiyah) dan larangan berlebih-lebihan (israf). Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan dan kemaslahatan, bukan semata-mata pada keinginan. Perilaku konsumtif mencerminkan lemahnya pengendalian diri dan dominasi hawa nafsu, sehingga diperlukan pendekatan konseling Islam untuk membentuk kesadaran spiritual, tanggung jawab moral, serta keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan nilai-nilai keimanan (Tohirin, 2013; Sutoyo, 2015).

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikemukakan oleh Ajzen sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action yang menjelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari niat (intention) yang terbentuk secara rasional. Niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norms), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) (Ajzen, 1991). Teori ini menegaskan bahwa semakin positif sikap individu terhadap suatu perilaku, semakin kuat tekanan sosial yang mendukung, serta semakin besar persepsi individu terhadap kemampuannya mengendalikan perilaku tersebut, maka semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut dilakukan.

Dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa, sikap terhadap perilaku tercermin dari pandangan mahasiswa terhadap konsumsi dan kepuasan yang diperoleh dari aktivitas belanja. Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh lingkungan sosial, seperti teman sebaya dan gaya hidup yang berkembang di kalangan mahasiswa, yang mendorong individu untuk mengikuti tren dan pola konsumsi tertentu. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berhubungan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran dan membuat keputusan konsumsi secara rasional, yang dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan pengendalian diri (Ajzen, 2005).

**Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Konseling Islam:
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Electronic Money**

Nur Atikah Handayani¹, Nurintan Muliani Harahap²

Theory of Planned Behavior relevan digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan electronic money memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa melalui mekanisme psikologis yang terstruktur. Literasi keuangan berperan dalam membentuk persepsi kontrol perilaku, gaya hidup mencerminkan norma subjektif yang berkembang, sedangkan kemudahan penggunaan electronic money dapat memengaruhi sikap mahasiswa terhadap konsumsi. Dengan demikian, TPB memberikan kerangka teoritis yang komprehensif untuk memahami proses terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Dalam perspektif konseling Islam, Theory of Planned Behavior sejalan dengan upaya pembentukan kesadaran diri dan pengendalian perilaku. Konseling Islam berperan dalam mempengaruhi sikap individu melalui internalisasi nilai-nilai Islam, membentuk norma subjektif yang positif berdasarkan ajaran agama, serta memperkuat persepsi kontrol perilaku melalui pengendalian diri dan kesadaran spiritual. Oleh karena itu, TPB menjadi teori utama yang relevan untuk mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif konseling Islam.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang beralamatkan di Jln. T. Rizal Nurdin, Km.4,5 Sihitang Padangsidempuan, Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 yang berjumlah 225 mahasiswa jurusan ekonomi syariah dan 197 mahasiswa jurusan perbankan syariah maka keseluruhan populasi berjumlah 422 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, sedangkan penentuan jumlah sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e2: Nilai signifikan 10%

Dik: N = 422

e = 10%

$$\begin{aligned} \text{maka } n &= 422 / 1 + 422 (10\%) \\ &= 422 / 1 + 422 (0,1)^2 \\ &= 422 / 5,22 \\ &= 81 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 81

Dalam penelitian ini untuk menentukan koefisien reliabel atau tidak dengan menggunakan alpha cronbach. Koefisien dikatakan reliabel jika alpha cronbach > r tabel dan reliabel jika < r tabel.

Untuk uji normalitas, penelitian menggunakan teknik *kolmogorov-smirnow*. Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan 2 sisi lebih besar dari 0,10 maka data berdistribusi normal dengan bantuan program



SPSS.

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal 2 variabel. Persamaan linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien variabel bebas

$x_1 x_2 x_3$ = Variabel bebas

e = Prediction error (tingkat kesalahan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N	81	.0000000
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.40432843
	Std. Deviation	.088
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	-.088
	Negative	
Test Statistic		.068

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai sig > 0,05, yaitu 0,200. Hal ini berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	49.910	2.339		21.334	.000
	Literasi Keuangan	.127	.043	.292	2.931	.004
	Gaya Hidup	.170	.066	.273	2.581	.012
	Penggunaan <i>Elektronic Money</i>	.372	.106	.368	3.512	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Konseling Islam:
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Electronic Money**

Nur Atikah Handayani¹, Nurintan Muliani Harahap²

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 49.910 + 0,127 + 0,170 + 0,372 + 2,339$$

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503 ^a	.253	.224	2.722
a. Predictors: (Constant), Penggunaan <i>Elektronik Money</i> , Literasi Keuangan, Gaya Hidup				

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square (koefisien determinasi) adalah 0,253. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumtif (Y) dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel Literasi Keuangan (X₁), Gaya Hidup (X₂), Penggunaan Elektronik money (X₃) sebesar 25,3%. Sedangkan faktor dan variabel lain di luar cakupan penelitian ini bertanggung jawab menjelaskan dan mempengaruhi sisanya sebesar 74,7%.

d. Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	49.910	2.339		21.334	.000
	Literasi Keuangan	.127	.043	.292	2.931	.004
	Gaya Hidup	.170	.066	.273	2.581	0.12
	Penggunaan <i>Elektronik Money</i>	.372	.106	.368	3.512	.001

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2024)

Pada Variabel Literasi Keuangan, diperoleh nilai thitung 2,931 dengan nilai sig 0,004. Hal ini menunjukkan jika thitung (2,931) > ttabel (1,665) dan nilai sig 0,004 < 0,05, maka H₀₁ ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Variabel Gaya Hidup diperoleh nilai thitung 2,581 dengan nilai sig 0,012. Hal ini menunjukkan jika thitung (2,581) > ttabel (1,665) dan nilai sig 0,012 < 0,05, maka H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Variabel E-Money diperoleh nilai thitung 3,512 dengan nilai sig 0,001. Hal ini

menunjukkan jika $t_{hitung} (3,512) > t_{tabel} (1,665)$ dan nilai $sig\ 0,001 < 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Penggunaan Elektronik money berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

e. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	193.370	3	64.457	8.698	.000 ^b
	Residual	570.630	77	7.411		
	Total	764.000	80			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan *Elektronic Money*, Literasi Keuangan, Gaya Hidup

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26 (data diolah 2024)

Berdasarkan tabel di atas diketahui jika nilai F_{hitung} adalah sebesar 20,901. Hal ini menunjukkan jika $F_{hitung} (8,698) > F_{tabel} (3,11)$ dan nilai $sig\ 0,000 < 0,05$, maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Penggunaan Elektronik money secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menguji hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan electronic money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Distribusi data yang normal juga menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi dapat diinterpretasikan secara valid dan reliabel.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,931 dan signifikansi 0,004 ($< 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, justru diikuti dengan meningkatnya perilaku konsumtif. Hasil ini mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan yang dimiliki mahasiswa belum sepenuhnya diimplementasikan dalam pengambilan keputusan konsumsi yang rasional.

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, literasi keuangan berkaitan dengan perceived behavioral control, yaitu persepsi individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan perilaku. Namun, tanpa disertai pengendalian diri yang kuat, pengetahuan keuangan tidak selalu mampu menekan perilaku konsumtif. Dalam konteks konseling Islam, kondisi ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara aspek kognitif dan spiritual, di mana pengetahuan keuangan belum diinternalisasi sebagai nilai yang membentuk kesadaran moral dan pengendalian nafsu dalam konsumsi.

**Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Konseling Islam:
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Electronic Money**

Nur Atikah Handayani¹, Nurintan Muliani Harahap²

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar 2,581 dan signifikansi 0,012 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa gaya hidup yang cenderung mengikuti tren, lingkungan sosial, dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi yang berlebihan.

Berdasarkan Theory of Planned Behavior, gaya hidup mencerminkan norma subjektif, yaitu tekanan sosial yang memengaruhi niat dan perilaku individu. Mahasiswa cenderung menyesuaikan pola konsumsinya dengan lingkungan pergaulan agar dapat diterima secara sosial. Dalam perspektif konseling Islam, gaya hidup konsumtif menunjukkan lemahnya kontrol diri dan orientasi hidup yang lebih berfokus pada kepuasan material dibandingkan nilai kesederhanaan (wasathiyah) dan qana'ah. Oleh karena itu, pendekatan konseling Islam diperlukan untuk membantu mahasiswa membangun konsep diri dan pola hidup yang lebih seimbang.

Pengaruh Penggunaan Electronic Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa penggunaan electronic money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar 3,512 dan signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Variabel ini memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya, yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi non-tunai sangat berperan dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat teknologi meningkatkan intensitas penggunaannya. Kemudahan pembayaran melalui electronic money dapat mengurangi kesadaran individu terhadap nilai uang, sehingga mendorong perilaku konsumsi impulsif. Dalam perspektif konseling Islam, penggunaan electronic money menjadi tantangan baru karena kemudahan transaksi digital dapat melemahkan pengendalian diri dan kesadaran spiritual dalam konsumsi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan konseling Islam yang menekankan etika konsumsi dan tanggung jawab dalam penggunaan teknologi keuangan digital.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Electronic Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Simultan)

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan electronic money secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai F hitung sebesar 8,698 yang lebih besar dari F tabel 3,11 dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil interaksi antara faktor kognitif, sosial, dan teknologi.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,253 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 25,3% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kontrol diri, pendapatan, religiusitas, dan lingkungan keluarga. Dalam perspektif konseling Islam, temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan perlu ditangani melalui pendekatan holistik yang mengintegrasikan pengetahuan, pengendalian diri, serta nilai-nilai spiritual.

Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan terutama dalam mengembangkan penelitian ini yaitu dengan meneliti variabel pendapatan yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambah sampel penelitian sehingga informasi lebih mewakili apa yang terjadi dilapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). Maidenhead: Open University Press.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-regulation, ego depletion, and motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128.
- Baumeister, R. F., Heatherton, T. F., & Tice, D. M. (1994). *Losing control: How and why people fail at self-regulation*. San Diego, CA: Academic Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Ferinnadewi, E. (2013). *Merek dan psikologi konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ferinnadewi, E. (2013). *Merek dan psikologi konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2016). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ihsan, N. W. S. (2018). *Uang elektronik dalam perspektif Islam*. Yogyakarta: CV IQRO.
- Iqbal, M. I. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.
- Lubis, S. A. (2011). *Konseling Islami: teori dan praktik*. Jakarta: Kencana.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Muraven, M., & Baumeister, R. F. (2000). Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle? *Psychological Bulletin*, 126(2), 247–259.
- Prayitno, & Amti, E. (2013). *Dasar-dasar bimbingan dan konseling*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sari, S. N. (2021). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sutoyo, A. (2015). *Bimbingan dan konseling Islam: teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

**Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Konseling Islam:
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Electronic Money**

Nur Atikah Handayani¹, Nurintan Muliani Harahap²

- Sutoyo, A. (2015). *Bimbingan dan konseling Islam: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Tohirin. (2013). *Bimbingan dan konseling Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Tohirin. (2013). *Bimbingan dan konseling Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.