

PROPOSAL PENELITIAN
PENGARUH PERILAKU *SHOPAHOLIC* DAN LINGKUNGAN SEBAYA
TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI
UNIVERSITAS LAMPUNG

(Disusun Untuk Memenuhi Tugas Akhir Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pendidikan
Ekonomi)

Dosen Pengampu:

Prof. Dr. Undang Rosidin, M. Pd.

Dr. Pujiati, S. Pd., M. Pd.

Rahmawati, S. Pd., M. Pd.



Disusun Oleh:

Nur Ayu Dila

2313031055

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG

2025

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan teori.....	5
2.1.1. Perilaku <i>Shopaholic</i>	5
2.1.2. Lingkungan Sebaya.....	6
2.1.3. Gaya Hidup	7
2.2. Kerangka Berpikir.....	8
2.3. Hipotesis Penelitian	9
BAB III.....	11
METODE PENELITIAN	11
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	11
3.2. Populasi dan Sampel	12
3.2.1. Populasi	12
3.2.2. Sampel.....	12
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	13
3.4. Variabel Penelitian	14
3.5. Definisi Konseptual Variabel.....	15
3.6. Teknik Pengumpulan Data	16
3.7. Uji Persyaratan Instrumen.....	18
3.7.1. Uji Validitas.....	18
3.7.2. Uji Reliabilitas	18
3.8. Uji Persyaratan Analisis Data	19

3.8.1. Uji Normalitas	19
3.8.2. Uji Homogenitas	19
3.9. Uji Asumsi Klasik	20
3.9.1. Uji Linearitas	20
3.9.2. Uji Multikolinearitas	20
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas	20
3.10. Pengujian Hipotesis	21
3.10.1. Regresi Linear Sederhana	21
3.10.1. Regresi Linear Berganda	21
DAFTAR PUSTAKA.....	23

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Hanna dkk. (2025), perilaku berbelanja yang bersifat kompulsif atau shopaholic semakin menjadi fenomena yang mengkhawatirkan, terutama di kalangan mahasiswa. Perilaku ini ditandai oleh dorongan kuat untuk membeli barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya, melainkan untuk memenuhi hasrat emosional seperti rasa puas, hiburan, atau pelarian dari tekanan psikologis. Faktor internal seperti kebutuhan akan kenyamanan emosional, keinginan mengurangi stres, serta nilai materialistik yang kuat turut memperkuat kecenderungan tersebut. Fenomena Shopaholic Gen-Z bahkan dianggap sebagai cerminan dari meningkatnya budaya hedonisme dan konsumerisme yang menekankan gaya hidup berbasis kemewahan dan tren visual yang banyak tersebar melalui media digital.

Mahasiswa sebagai kelompok usia yang berada pada fase pencarian jati diri kerap menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk membangun identitas diri. Banyak dari mereka rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk mempertahankan citra dan status sosial di lingkungan pergaulan. Kondisi ini berpotensi menimbulkan masalah finansial seperti pemborosan, utang pribadi, hingga ketidakmampuan mengatur uang bulanan. Dari sisi psikologis, menurut Pamikasih, Haryono, Harahap & Sari (2024), gaya hidup shopaholic berkaitan dengan munculnya stres, kecemasan, dan penurunan kesejahteraan mental akibat perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Penjelasan ini sejalan dengan temuan Nasution, Syaputri & Lestari (2023) yang menurut mereka, perilaku shopaholic berpengaruh signifikan terhadap keputusan gaya hidup mahasiswa Gen Z, karena konsumsi dijadikan simbol identitas dan ekspresi diri dalam lingkungan sosial.

Berbagai faktor menyebabkan munculnya perilaku shopaholic pada mahasiswa. Dari sisi internal, mahasiswa sering merasakan kepuasan diri setelah membeli barang tertentu, sehingga belanja dijadikan cara untuk

memperoleh kenyamanan sementara. Dari sisi eksternal, media sosial menjadi salah satu faktor dominan. Paparan tren digital, konten influencer, dan promosi yang intensif memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kebutuhan konsumsi. Menurut Pamikasih, Haryono, Harahap & Sari (2024), kemudahan akses belanja daring turut memperkuat perilaku konsumtif impulsif. Fitur-fitur seperti rekomendasi otomatis, diskon terbatas, dan metode pembayaran instan membuat mahasiswa semakin mudah melakukan pembelian tanpa perencanaan matang.

Selain faktor internal tersebut, lingkungan sebaya memegang peran penting dalam membentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa. Menurut Kurniawan, Sebayang & Zahra (2025), perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya saling memengaruhi dalam membentuk gaya hidup finansial mahasiswa. Tekanan sosial dari teman sebaya sering membuat mahasiswa merasa perlu mengikuti pola konsumsi yang dianggap populer dalam kelompoknya. Akibatnya, mereka terdorong membeli barang-barang yang sedang tren meskipun tidak dibutuhkan, demi menjaga penerimaan sosial dan meningkatkan posisi mereka dalam kelompok. Konformitas ini memperkuat pola hidup yang berorientasi pada kepuasan jangka pendek.

Dampak gaya hidup shopaholic dan pengaruh lingkungan sebaya tidak hanya terlihat pada aspek keuangan, tetapi juga memengaruhi kesejahteraan psikologis mahasiswa. Perilaku konsumtif berlebihan dapat menciptakan ketergantungan pada aktivitas belanja, memicu stres ketika tidak mampu membeli barang yang diinginkan, serta menimbulkan penyesalan setelah berbelanja. Menurut Nabila dkk (2024), pola konsumsi yang tidak terkontrol dapat menghambat kemampuan mahasiswa dalam mengatur keuangan, sehingga berpotensi mengganggu stabilitas ekonomi pribadi dalam jangka panjang. Pada situasi tertentu, tekanan finansial tersebut bahkan dapat berdampak pada motivasi dan hasil belajar mahasiswa di kampus.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perilaku shopaholic dan pengaruh lingkungan sebaya memengaruhi gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai

hubungan kedua faktor tersebut sehingga dapat menjadi dasar dalam membangun kesadaran mahasiswa untuk mengelola gaya hidup secara lebih bertanggung jawab, bijaksana, dan berkelanjutan secara finansial. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat mendukung institusi pendidikan dalam merancang program literasi keuangan yang dapat membantu mahasiswa mengembangkan kebiasaan konsumsi yang sehat, terencana, dan selaras dengan prinsip manajemen keuangan pribadi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah perilaku shopaholic berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
2. Apakah lingkungan sebaya berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
3. Apakah perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya secara simultan berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian Adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh perilaku shopaholic terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sebaya terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya secara simultan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perilaku konsumtif dan pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup mahasiswa. Hasil

penelitian ini dapat memperkaya kajian akademik mengenai perilaku shopaholic serta tekanan lingkungan sebaya dalam konteks mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Selain itu, penelitian ini memberikan landasan teoritis bagi studi-studi selanjutnya yang ingin meneliti faktor sosial, psikologis, maupun budaya yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Dengan demikian, penelitian ini dapat mendukung pengembangan teori mengenai gaya hidup konsumtif di kalangan generasi muda dan meningkatkan pemahaman akademik tentang dinamika perilaku konsumsi dalam lingkungan perkuliahan

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan informasi dan wawasan bagi institusi pendidikan dalam memahami bagaimana mahasiswa mengelola gaya hidup dan keuangannya. Temuan penelitian dapat menjadi pertimbangan bagi pengambil kebijakan, dosen pembimbing akademik, serta pihak kampus dalam merancang program pembinaan, edukasi keuangan, dan sosialisasi mengenai gaya hidup konsumtif yang sehat. Penelitian ini juga membantu mahasiswa menyadari dampak dari perilaku shopaholic dan tekanan lingkungan sebaya, sehingga mendorong mereka untuk lebih bijak dalam mengatur keuangan, mengambil keputusan konsumsi yang rasional, serta membentuk gaya hidup yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

1. Subjek Penelitian : Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung angkatan 2024 dan 2025.
2. Objek Penelitian: Objek dalam penelitian ini meliputi perilaku shopaholic, lingkungan sebaya, dan gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
3. Tempat Penelitian: Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Lampung
4. Waktu Penelitian: Semester ganjil tahun akademik 2025
5. Ilmu yang Mendasari Penelitian: Penelitian ini Menggunakan bidang Ilmu Pendidikan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Perilaku *Shopaholic*

Perilaku shopaholic merupakan bentuk perilaku konsumtif yang ditandai dengan kecenderungan individu untuk berbelanja secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Menurut Arbaini & Yonyanis (2017), istilah shopaholic berasal dari kata *shop* (berbelanja) dan *aholic* (kecanduan), yang menggambarkan seseorang yang tidak mampu menahan keinginan untuk berbelanja meskipun barang yang dibeli tidak selalu dibutuhkan. Fenomena ini sering kali muncul pada kalangan mahasiswa yang memiliki keinginan tinggi untuk mengikuti tren mode dan gaya hidup modern, sehingga aktivitas belanja menjadi sarana untuk menunjukkan identitas serta eksistensi diri di lingkungan sosial.

Menurut Jehamat dkk (2024), perilaku shopaholic berkaitan erat dengan konsep habitus dalam teori Pierre Bourdieu, di mana pola konsumsi yang berlebihan terbentuk melalui kebiasaan sosial, budaya, serta pengaruh lingkungan digital. Mahasiswa yang terpapar budaya konsumtif di media sosial cenderung menjadikan aktivitas belanja sebagai bagian dari gaya hidup yang melekat pada identitas mereka. Dalam konteks ini, perilaku shopaholic tidak hanya dipahami sebagai perilaku ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi sosial dan simbolik dalam budaya konsumen modern.

Menurut hasil Penelitian Pamikasih, Haryono, Harahap, & Sari (2024) Perilaku shopaholic muncul karena adanya dorongan psikologis dan sosial yang kuat seperti kebutuhan untuk diakui, pengaruh teman sebaya, serta rendahnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan. Perilaku ini juga dipicu oleh kemudahan akses belanja online, promosi media sosial, dan tren konsumsi yang terus

berubah, sehingga mendorong individu untuk terus membeli barang demi menjaga citra diri dan status sosial.

Perilaku shopaholic dapat menyebabkan dampak negatif tidak hanya pada aspek ekonomi tetapi juga psikologis dan sosial. Individu yang terjebak dalam perilaku belanja kompulsif cenderung mengalami stres, rasa bersalah, bahkan kehilangan kendali terhadap pengelolaan keuangannya. Hal ini mencerminkan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta menunjukkan adanya pengaruh kuat dari budaya konsumtif masyarakat modern yang menjadikan kepemilikan barang sebagai ukuran nilai diri (Amanda & Matondang, 2024).

2.1.2. Lingkungan Sebaya

Menurut Isnawati dan Kurniawan (2021), lingkungan sebaya merupakan kelompok individu yang memiliki kesamaan usia, status sosial, dan aktivitas, yang berperan penting dalam membentuk perilaku seseorang melalui interaksi sosial yang intens. Dalam konteks remaja dan mahasiswa, lingkungan sebaya sering menjadi sumber pengaruh terbesar karena individu pada tahap ini cenderung mencari penerimaan dan pengakuan dari kelompoknya. Pengaruh tersebut dapat terlihat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berpakaian, gaya hidup, hingga kebiasaan berbelanja, di mana seseorang sering menyesuaikan perilakunya agar dapat diterima di lingkungannya.

Menurut Rahmayanty dkk (2023), lingkungan sebaya atau kelompok teman memiliki pengaruh signifikan terhadap minat individu karena mereka merupakan kelompok dengan kesamaan usia atau aktivitas yang intens berinteraksi, sehingga menjadi sumber norma sosial dan perbandingan yang kuat dalam pembentukan sikap dan perilaku. Dalam konteks mahasiswa, teman sebaya seringkali mendorong individu untuk menyesuaikan perilakunya agar diterima atau diakui dalam kelompoknya.

Selain itu, Melinda dkk (2024) menjelaskan bahwa pengaruh

lingkungan sebaya dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada nilai-nilai yang berkembang di dalam kelompok tersebut. Apabila teman sebaya memiliki kebiasaan positif seperti mengelola keuangan dengan baik, menabung, atau berbelanja seperlunya, maka individu akan terdorong untuk meniru perilaku tersebut. Sebaliknya, apabila lingkungan pertemanan didominasi oleh perilaku konsumtif dan orientasi pada tren, individu berpotensi terbawa pada perilaku negatif seperti shopaholic atau konsumsi berlebihan demi menjaga citra dan penerimaan sosial.

2.1.3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola perilaku, aktivitas, minat, dan opini seseorang yang mencerminkan bagaimana individu menjalani kehidupan sehari-harinya. Menurut Hermawan dan Ardiyanti (2022), gaya hidup menggambarkan cara seseorang hidup berdasarkan pola aktivitas, minat, dan opini yang menunjukkan nilai serta pandangan hidupnya. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup mencerminkan bagaimana mereka mengekspresikan diri, menyesuaikan diri dengan lingkungan kampus, serta membangun identitas sosial di tengah perubahan budaya dan teknologi yang cepat. Gaya hidup mahasiswa sering kali menjadi simbol status dan ekspresi jati diri di lingkungan sosial mereka.

Astuti dkk (2022) menjelaskan bahwa gaya hidup tidak hanya berkaitan dengan pola konsumsi, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi diri dan cara individu membedakan dirinya dari orang lain. Setiap keputusan konsumsi yang diambil, baik dalam hal pemilihan barang, tempat hiburan, hingga gaya berpakaian, merupakan bagian dari representasi gaya hidup yang ingin ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan sosial, ekonomi, maupun tren yang sedang populer di masyarakat.

Menurut Anggraini dan Hastuti (2023), gaya hidup juga dipengaruhi oleh faktor internal seperti kepribadian, motivasi, dan

persepsi, serta faktor eksternal seperti kelompok referensi, keluarga, dan media massa. Dalam era modern, media sosial menjadi salah satu faktor dominan yang membentuk gaya hidup masyarakat, terutama kalangan muda. Melalui media, individu mendapatkan berbagai referensi gaya hidup baru yang sering kali mendorong perilaku konsumtif demi menjaga citra diri dan memperoleh pengakuan sosial.

Sementara itu, Wulandari, Muftiyantod & Suyatno (2024) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki hubungan erat dengan perilaku konsumsi, di mana seseorang cenderung menyesuaikan pola konsumsi dengan citra diri yang ingin ditampilkan. Mahasiswa, misalnya, sering kali mengikuti tren tertentu dalam berpakaian, makanan, atau teknologi sebagai bentuk pencitraan diri dan upaya untuk diterima dalam lingkungan sosialnya. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya sekadar kebiasaan, tetapi juga merupakan simbol sosial yang mencerminkan nilai, status, dan identitas seseorang di tengah masyarakat.

2.2. Kerangka Pikir

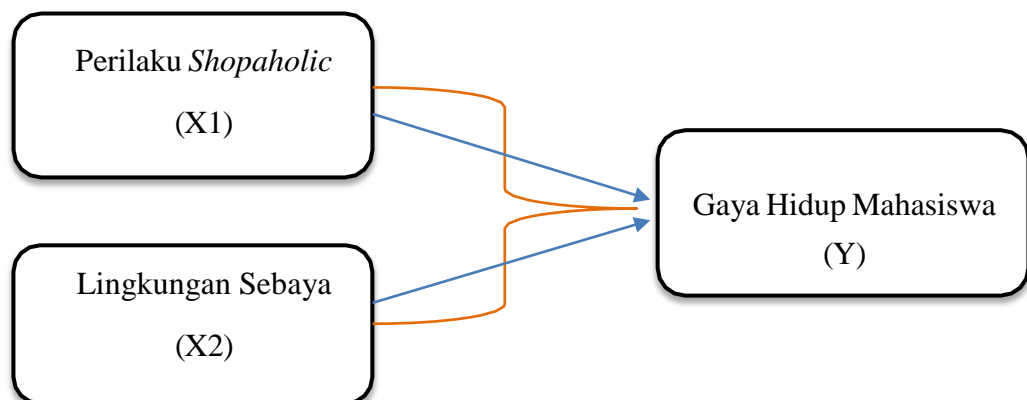
Mahasiswa sebagai kelompok usia muda berada pada tahap perkembangan di mana pencarian identitas diri dan penerimaan sosial menjadi hal penting. Dalam konteks ini, gaya hidup mahasiswa terbentuk dari berbagai faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi cara mereka berperilaku, berpakaian, berbelanja, serta berinteraksi di lingkungan sosial. Dua faktor utama yang diduga berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa adalah perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya.

Perilaku shopaholic mencerminkan kecenderungan individu untuk berbelanja secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Mahasiswa yang mengalami kecenderungan shopaholic sering kali menggunakan aktivitas belanja sebagai sarana untuk menunjukkan status sosial, mengikuti tren, dan memperoleh pengakuan diri. Dorongan psikologis seperti keinginan untuk diakui, serta paparan media sosial yang menampilkan gaya hidup konsumtif, dapat memperkuat perilaku tersebut. Dengan

demikian, perilaku shopaholic berpotensi memengaruhi gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan berorientasi pada simbol material.

Sementara itu, lingkungan sebaya juga memiliki peran penting dalam membentuk gaya hidup mahasiswa. Teman sebaya sering menjadi kelompok referensi yang memengaruhi keputusan seseorang dalam berpakaian, berbelanja, dan mengikuti tren. Ketika individu berinteraksi dengan kelompok teman yang memiliki kecenderungan konsumtif, maka kemungkinan besar ia akan meniru perilaku tersebut demi menjaga penerimaan sosial. Sebaliknya, lingkungan sebaya yang memiliki nilai positif dan pengendalian diri yang baik dapat mendorong gaya hidup yang lebih rasional dan seimbang.

Melalui keterkaitan antara perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya, dapat digambarkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mahasiswa dengan tingkat kecenderungan shopaholic yang tinggi serta berada di lingkungan teman yang konsumtif cenderung memiliki gaya hidup yang berorientasi pada tren dan simbol sosial. Sebaliknya, pengendalian diri dalam berbelanja serta dukungan dari lingkungan sosial yang positif dapat membentuk gaya hidup yang lebih sederhana, rasional, dan fungsional.



2.3. Hipotesis Penelitian

1. **H₁:** Perilaku shopaholic berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

2. **H₂:** Lingkungan sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. **H₃:** Perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research (penelitian penjelasan). Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan serta pengaruh antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang dianalisis menggunakan metode statistik inferensial. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan secara sistematis dan terukur.

Jenis penelitian explanatory dipilih karena penelitian ini berusaha menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terikat melalui pengujian hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari perilaku *shopaholic* (X1) dan lingkungan sebaya (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah gaya hidup mahasiswa (Y). Menurut Siregar (2013), penelitian explanatory bertujuan untuk menjelaskan pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih melalui analisis data yang bersifat kuantitatif.

Selain itu, penelitian ini termasuk dalam penelitian survei, karena data dikumpulkan langsung dari responden menggunakan instrumen berupa kuesioner tertutup dengan skala pengukuran tertentu, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data yang seragam dan mudah dianalisis. Menurut Sugiyono (2022), penelitian survei digunakan untuk memperoleh data dari populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama.

Dengan demikian, melalui pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian explanatory, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris yang objektif serta bukti statistik yang kuat mengenai pengaruh perilaku *shopaholic* dan lingkungan sebaya terhadap gaya hidup

mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengembangan literasi keuangan dan pembinaan gaya hidup mahasiswa.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017) dalam Metode Penelitian Pendidikan adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari situ akan ditarik kesimpulan penelitian. Populasi ini tidak hanya terbatas pada manusia saja, tetapi juga dapat berupa benda, fenomena, peristiwa, atau data yang menjadi fokus studi. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan berjumlah 170 orang, yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang menjadi sasaran penelitian.

Tabel 1. Jumlah Populasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1.	Mahasiswa 2024	80
2.	Mahasiswa 2025	90
	Total	170

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih sebagai sumber data dalam penelitian untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Menurut (Sugiyono, 2016) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga menjadi sumber data yang sebenarnya dalam penelitian. Besar sampel ditentukan dan dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Tingkat Presisi/Signifikan (5%)

Jumlah populasi yaitu 170 orang, jadi besarnya sampel yang akan digunakan yaitu:

$$n = \frac{170}{1 + 170 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{170}{1 + 170 (0,0025)}$$

$$n = \frac{170}{1 + 0,425}$$

$$n = \frac{170}{1,425}$$

$n = 119,298$ dibulatkan menjadi 119

Maka, jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini berjumlah 119 orang responden Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian dimaksudkan untuk mempermudah dalam menganalisis data yang nantinya dari sampel itu dapat mewakili populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. *Non-probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu

(Sugiyono, 2016). Untuk mengetahui besaran sampel setiap angkatan digunakan alokasi proposional dengan cara berikut:

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{\text{Jumlah mahasiswa tiap angkatan}}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Jumlah Sampel}$$

Tabel 2. Perhitungan Jumlah Sampel Untuk Responden

No	Angkatan	Populasi	Jumlah Sampel
1.	Angkatan 2024	$\frac{80}{170} \times 199 = 56$	56
2.	Angkatan 2025	$\frac{90}{170} \times 199 = 63$	63
	Total		119

3.4. Variabel Penelitian

Pada Penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari perilaku *shopaholic* (X1) dan lingkungan sebaya (X2). Perilaku *shopaholic* merupakan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan aktivitas belanja secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, yang dipengaruhi oleh dorongan emosional, keinginan mengikuti tren, serta pencitraan diri. Sementara itu, lingkungan sebaya merupakan kelompok teman dengan intensitas interaksi yang tinggi yang dapat memengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan konsumsi mahasiswa melalui proses konformitas dan tekanan sosial. Kedua variabel bebas tersebut diduga memiliki pengaruh terhadap pembentukan gaya hidup mahasiswa.

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah gaya hidup mahasiswa (Y), yaitu pola aktivitas, minat, dan opini mahasiswa yang tercermin dalam perilaku konsumsi, cara berpakaian, penggunaan waktu luang, serta pengelolaan keuangan. Gaya hidup mahasiswa dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk kecenderungan perilaku *shopaholic* dan pengaruh lingkungan sebaya, sehingga mencerminkan

bagaimana mahasiswa mengekspresikan diri dan menyesuaikan diri dalam lingkungan sosialnya.

3.5. Definisi Konseptual Variabel

1. Perilaku Shopaholic (X1)

Perilaku shopaholic merupakan kecenderungan individu untuk melakukan aktivitas belanja secara berlebihan dan berulang tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, melainkan didorong oleh keinginan emosional, kepuasan sesaat, serta dorongan mengikuti tren dan pencitraan diri. Perilaku ini ditandai dengan sulitnya mengendalikan dorongan membeli, pembelian impulsif, dan penggunaan konsumsi sebagai sarana untuk memperoleh pengakuan sosial. Menurut Arbaini dan Yonyanis (2017), shopaholic menggambarkan kondisi kecanduan berbelanja yang menyebabkan individu membeli barang secara tidak rasional. Selain itu, Pamikasih et al. (2024) menyatakan bahwa perilaku shopaholic dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, termasuk tekanan lingkungan dan paparan media sosial, yang pada akhirnya membentuk pola konsumsi berlebihan.

2. Lingkungan Sebaya (X2)

Lingkungan sebaya merupakan kelompok individu yang memiliki kesamaan usia dan intensitas interaksi yang tinggi, yang berperan sebagai sumber pengaruh sosial dalam pembentukan sikap dan perilaku seseorang. Dalam konteks mahasiswa, lingkungan sebaya dapat memengaruhi cara berpikir, pengambilan keputusan, serta pola konsumsi melalui proses konformitas dan tekanan sosial. Menurut Isnawati dan Kurniawan (2021), lingkungan sebaya menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku individu karena adanya kebutuhan untuk diterima dan diakui dalam kelompok. Hal ini diperkuat oleh pendapat Rahmayanty et al. (2023) yang menyatakan bahwa teman sebaya sering menjadi kelompok referensi utama dalam membentuk gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Gaya Hidup Mahasiswa (Y)

Gaya hidup mahasiswa merupakan pola aktivitas, minat, dan opini yang tercermin dalam cara mahasiswa menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk dalam perilaku konsumsi, cara berpakaian, penggunaan waktu luang, serta pengelolaan keuangan. Gaya hidup mencerminkan nilai, sikap, dan citra diri yang ingin ditampilkan individu dalam lingkungan sosialnya. Menurut Hermawan dan Ardiyanti (2022), gaya hidup menggambarkan cara seseorang hidup yang ditunjukkan melalui pola aktivitas, minat, dan opininya. Selanjutnya, Wulandari, Muftiyantod, dan Suyatno (2024) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki hubungan erat dengan perilaku konsumsi, di mana individu cenderung menyesuaikan pola konsumsi dengan citra diri dan tuntutan lingkungan sosial.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena pada dasarnya penelitian bertujuan untuk memperoleh data (Sugiyono, 2019). Agar data yang diperoleh akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, diperlukan metode pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, di antaranya sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus dibandingkan teknik lainnya. Observasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat dilakukan terhadap berbagai objek di lingkungan alam maupun sosial. Teknik ini dilakukan melalui pengamatan langsung yang disertai pencatatan sistematis terhadap kondisi, situasi, atau perilaku objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilaksanakan secara langsung di Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Observasi dilakukan untuk melihat bagaimana perilaku shopaholic dan lingkungan sebaya tercermin dalam aktivitas serta kebiasaan mahasiswa, sehingga dapat memberikan gambaran awal mengenai pengaruh kedua variabel tersebut terhadap gaya hidup mahasiswa.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data mengenai perilaku *shopaholic* (X1), lingkungan sebaya (X2), dan gaya hidup mahasiswa (Y). Instrumen yang digunakan berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert, sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban sekaligus membantu peneliti dalam melakukan analisis data secara kuantitatif. Kuesioner ini dibagikan kepada sampel penelitian yang berjumlah 119 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Melalui teknik pengumpulan data ini, peneliti memperoleh informasi yang diperlukan untuk menganalisis pengaruh perilaku *shopaholic* dan lingkungan sebaya terhadap gaya hidup mahasiswa.

Tabel 3. Kuesioner Skala Likert

Pertanyaan Skor	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476), dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, maupun gambar seperti laporan atau foto yang dapat mendukung proses penelitian. Studi dokumentasi biasanya berfungsi sebagai pelengkap metode lain seperti observasi dan wawancara, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih dan memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi apabila didukung bukti visual.

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung yang berkaitan dengan perilaku shopaholic, lingkungan sebaya, serta gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Dokumentasi ini membantu memperkuat temuan penelitian yang diperoleh melalui kuesioner dan observasi.

3.7. Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan layak, akurat, dan dapat dipercaya. Uji persyaratan instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan akurat. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen dengan validitas rendah menunjukkan bahwa alat ukur kurang tepat dalam menggambarkan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap setiap butir pernyataan kuesioner dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* melalui bantuan program SPSS. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel pada taraf signifikansi 0,05, dengan pengujian menggunakan persamaan korelasi Product Moment sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu syarat penting dalam penilaian kualitas instrumen penelitian, karena instrumen yang valid pada umumnya harus memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Oleh karena itu, uji reliabilitas perlu dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dan diandalkan sebagai alat ukur. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam menghasilkan data yang stabil ketika digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$r_x = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum at^2}{at^2} \right)$$

3.8. Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak, yang merupakan salah satu syarat utama dalam analisis regresi linier. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan terhadap nilai residual dengan menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov melalui bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi (Sig.) kurang dari atau sama dengan 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3.8.2. Uji homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki varians yang sama atau homogen antar kelompok data, sehingga memenuhi salah satu syarat dalam analisis statistik parametrik. Dalam penelitian ini, uji homogenitas dilakukan menggunakan uji Levene melalui bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan memiliki varians yang homogen, sedangkan apabila nilai signifikansi

(Sig.) kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data dinyatakan tidak homogen.

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga model regresi linier layak digunakan. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara perilaku *shopaholic* (X1) dengan gaya hidup mahasiswa (Y) serta hubungan antara lingkungan sebaya (X2) dengan gaya hidup mahasiswa (Y). Pengujian linearitas dilakukan menggunakan *Test for Linearity* melalui program SPSS, dengan kriteria apabila nilai signifikansi pada *Linearity* kurang dari 0,05 dan nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05, maka hubungan antarvariabel dinyatakan linear.

3.9.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel bebas dalam model regresi, yaitu perilaku *shopaholic* (X1) dan lingkungan sebaya (X2). Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas karena dapat mengganggu ketepatan estimasi koefisien regresi. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) melalui bantuan program SPSS. Apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki varians residual yang konstan atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dengan

cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini adalah apabila nilai signifikansi masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3.10. Pengujian Hipotesis

3.10.1. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini, regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh perilaku shopaholic (X1) terhadap gaya hidup mahasiswa (Y) serta pengaruh lingkungan sebaya (X2) terhadap gaya hidup mahasiswa (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = Perkiraan nilai dari variabel Y

α = Nilai Koefisien

b = Hubungan Koefisien

X = Variabel Prediktor

Dalam menguji hipotesis penelitian dilakukan menggunakan statistik t maka rumusnya sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Dengan kriteria pengujian yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n - 2$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.10.2. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat secara simultan. Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh perilaku *shopaholic* (X1) serta

lingkungan sebaya (X2) terhadap gaya hidup mahasiswa (Y).
Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Gaya hidup mahasiswa

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi perilaku shopaholic

b_2 = Koefisien regresi lingkungan sebaya

X_1 = Perilaku *shopaholic*

X_2 = Lingkungan sebaya

Dalam menguji hipotesis penelitian dilakukan menggunakan statistik F maka rumusnya sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

K = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan F tabel menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5 % atau dengan $df = k (n-k-1)$ dengan kriteria H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$, dan sebaliknya H_0 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Y., & Matondang, M. A. (2024). Komunikasi interpersonal pada konsep diri generasi Z terhadap gaya hidup shopaholic: Studi kasus mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2020–2023. *Jurnal Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 8(1), 91–99.
- 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 Economina*, 2(8), 2019–2035.
- Arbaini, N., & Yonyanis, Y. (2017). Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa (studi pada mahasiswa fisip universitas riau yang kecanduan berbelanja pakaian) (*Doctoral dissertation, Riau University*).
- Astuti, R. F., Rahayu, V. P., Mustangin, M., Dewi, R. R. C., & Rahmaniah, R. (2022). Analisis perilaku konsumsi melalui gaya hidup pada usia remaja. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 6(2), 232–241.
- Dewi Wulandari, R. T. Nur Muftiyanto, & Agus Suyatno. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 230–239.
- Hanna, N. S. S., Septiana, M., Wahyuningtyas, N., Kavin, R., Utami, R. A., & Inggirita, N. T. (2025). Fenomena shopaholic pada kalangan Gen-Z: Cerminan budaya hedonisme dan konsumerisme. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 11(8), 371–380.
- Hermawan, D., Amilia, S., & Ardiyanti, D. A. (2022). Pengaruh gaya hidup dan promosi online terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Eiger di kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(3), 737–744.
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui gaya hidup sebagai variabel mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 47–60.

- Jehamat, L., Gero, H. M. E., & Meka, C. E. (2024). Habitus Belanja Online dan Tren Gaya Hidup Shopaholic di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Nusa Cendana: Perspektif Cultural Studies. *Jurnal Pluralis*, 2(2), 214–231.
- Kurniawan, A. A., Sebayang, K. D. A., & Zahra, S. F. (2025). Pengaruh Literasi Ekonomi Digital, Perilaku Shopaholic dan Lingkungan Sebaya Terhadap Gaya Hidup Finansial Gen Z: Studi Kasus Mahasiswa Gen Z DKI Jakarta. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 388-405.
- Melinda, E., Supriyanto, A. S., & Ekowati, V. M. (2024). Pengaruh gaya hidup, religiusitas, dan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa STAI Al-Yasini Pasuruan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2438-2447.
- Nabila, A., Fadela, L. N., & Agustinnajmi, S. (2024). Pengaruh shopaholic terhadap gaya hidup konsumtif. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(12), 1280-1294.
- Nasution, D. A. F., Syaputri, W., & Lestari, D. (2023). Pengaruh Perilaku Shopaholic Terhadap Keputusan Gaya Hidup (Studi Kasus: Mahasiswa Kota Medan GEN Z). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan AKuntansi*.
- Pamikasih, D., Haryono, A. T., Harahap, M. A., & Sari, R. E. (2024). Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, 9(2), 1–10.
- Rahmayanty, D., Triana, F. F., Ananta, G., & Andreani, R. (2023). Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Di Lingkungan Pertemanan. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 11(1), 212-220.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, D., Muftiyanto, N. R. T., & Suyatno, A. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 230–239.