

## DAMPAK *ONLINE SHOP* TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS PGRI RONGGOLAWE

Rima Ervina Ayu Fany Ariesta<sup>1\*</sup>, Dumiyati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe

\*Email: rimaoppo694@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe (ditinjau dari jenis kelamin, tahun angkatan dan situs *online shop* yang sering dikunjungi) serta mengkaji pengaruh *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIROW. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 63 sampel responden yang dipilih menggunakan teknik *proportional random sampling*. Pengumpulan data menggunakan *kuesioner online* melalui *google form* dan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online shop* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIROW dengan nilai signifikansi  $0.010 < 0.05$  dan  $t_{hitung} = 2.661 > t_{tabel} = 1.670$ . Berdasarkan uji koefisiensi determinasi ( $R^2$ ), variabel *online shop* hanya dapat menjelaskan sekitar 10,4% variasi dalam variabel gaya hidup konsumtif. Temuan ini menandakan adanya faktor lain yang memengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIROW yang tidak diungkapkan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian meliputi sampel yang terbatas pada satu program studi dan penggunaan metode kuantitatif saja. Penelitian lanjutan dibutuhkan guna mengidentifikasi faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Online Shop*; Gaya Hidup Konsumtif; Mahasiswa; Pendidikan Ekonomi

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini mengalami kemajuan pesat dan memberikan efek signifikan pada berbagai bidang kehidupan manusia. Salah satunya perkembangan teknologi internet untuk memperoleh berbagai informasi. Dengan adanya internet memberikan segala kemudahan dalam berkomunikasi, belajar dan pengembangan diri secara *online* hingga ekonomi - bisnis. Internet juga menjadi nafas kehidupan manusia dalam berbagai kegiatan, misalnya dalam kegiatan berbelanja. Yang awalnya hanya mengenal belanja secara langsung (tatap muka) kini beralih secara *online* atau biasa kita kenal dengan sebutan *online shop*. Menurut (Mustofa, 2022) *Online shop* merupakan proses pembelian jasa atau barang dengan media internet, tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Barang yang ditawarkan ditampilkan lewat website *online* dalam bentuk gambar atau video. Setelah memilih barang, pembeli membayar melalui transfer bank yang bersangkutan. Setelah pembayaran diterima oleh penjual, maka penjual wajib mengirimkan barang pesanan sesuai dengan alamat yang ditentukan.

Menurut laporan resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) (Publikasi Statistik Indonesia, 2023), pengeluaran rata-rata per kapita untuk konsumsi non-makanan di Indonesia menunjukkan tingkat kenaikan tahunan. Peningkatan ini sangat nyata pada tahun 2023, di mana pengeluaran tersebut terus mengalami pertumbuhan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Tahun 2023 pengeluaran rata-rata per kapita untuk konsumsi non-makanan mengalami kenaikan mencapai Rp. 1.451.870 per bulan dibanding tahun sebelumnya yang mendapatkan Rp 1.327.782 per bulan. Peningkatan pengeluaran konsumsi non-makanan ini mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk mahasiswa. Fenomena ini diduga juga berdampak terhadap gaya kehidupan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe, dimana *online shop* menjadi suatu pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan dan minat mahasiswa atau pemuda-pemudi. Berdasarkan (Faiza, 2019) gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa menunjukkan kebiasaan atau kecenderungan membeli barang-barang yang tidak benar-benar diperlukan. Pembelian ini didorong oleh hasrat, kesenangan pribadi, dan keinginan untuk

mengikuti tren terkini demi menunjang penampilan. Jika perilaku ini terus berlanjut tanpa kontrol diri, mahasiswa berisiko mengalami pemborosan atau pengeluaran yang tidak terkendali. Sementara itu, Pamungkas & Na'imah (2022) Gaya hidup konsumtif merujuk pada pola perilaku seseorang yang cenderung mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, boros, dan tanpa perencanaan yang matang, melebihi apa yang sebenarnya dibutuhkan. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dalam kehidupan individu yang mendorongnya untuk terus mengonsumsi secara tidak rasional dan tidak bijak.

Berbagai dampak pembelian *online* terhadap perubahan gaya hidup konsumtif telah dikaji oleh peneliti sebelumnya. Seperti yang diteliti Senja (2023) berjudul "Pengaruh Pembelian *Online* Di Shopee Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan". Penelitian ini menemukan adanya kenikmatan dan kemudahan berbelanja *online* mempengaruhi perilaku konsumtif, sementara itu pengalaman berbelanja *online* tidak memberikan pengaruh perilaku konsumtif. Ketika kenikmatan, kemudahan dan pengalaman berbelanja *online* ditinjau secara bersamaan memberikan pengaruh kontribusi sebesar 14,4% terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian dari Septiansari & Handayani (2021) mengidentifikasi adanya pengaruh antara *online shop* dan kecenderungan konsumtif sebesar 25,8%. Hal tersebut membuktikan bahwa *online shop* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa dalam memanfaatkan platform *online shop*. Hasil ini mengindikasikan bahwa *online shop* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam penggunaan platform *online shop*. Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dalam menggunakan platform *online shop* cenderung sulit untuk dihindari tanpa adanya kesadaran dan sikap yang bijak dalam mengendalikan diri. Selain itu, sebagian besar mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara *online* tanpa mempertimbangkan faktor waktu dan kebutuhan yang sebenarnya. Merujuk pada penjelasan masalah sebelumnya, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi PGRI Ronggolawe (ditinjau dari jenis kelamin, tahun angkatan dan situs *online shop* yang sering dikunjungi) dan mengkaji pengaruh *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan metode survei yang dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2023/2024. Adapun populasi yang digunakan mencakup seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe, mulai dari angkatan 2020 hingga 2023 yang berjumlah 169 mahasiswa. Populasi didefinisikan sebagai kelompok individu dengan ciri-ciri dan jumlah khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan. Sugiyono (2017) Ketika populasi berukuran besar sehingga tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh anggotanya karena keterbatasan biaya, tenaga, atau waktu, peneliti dapat memilih sebagian dari populasi tersebut. Menurut (Hasan, 2008), sampel adalah segmen kecil dari populasi yang dipilih untuk menggantikan seluruh populasi. Sampel pada penelitian ini melibatkan mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIROW dari angkatan 2020 sampai 2023. Untuk menentukan jumlah responden yang akan dipilih sebagai sampel, peneliti menerapkan teknik Slovin menurut (Aulia, 2023) dengan rumus yang telah ditentukan.

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

Berdasarkan hasil perhitungan, banyaknya sampel yang akan diteliti sebanyak 63 responden. Setelah menentukan jumlah responden yang memenuhi syarat, maka jumlah tersebut dibagi secara proporsional ke dalam sub populasi berdasarkan jumlah anggota. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proportional random sampling*, di mana sampel dipilih tanpa memedulikan tingkat atau lapisan yang ada dan dilakukan secara acak (Rahmadhani & Junaidi, 2023). Berikut rumusan yang digunakan dalam teknik ada ini :

$$ni = \frac{Ni \times n}{N}$$

Dapat diaplikasikan dengan jumlah data mahasiswa yang didapatkan, yaitu :

Tabel 1. Penarikan Sampel Sub Populasi

NO	Angkatan	Jumlah	Perhitungan	Sampel
1.	PE 2020	30	$\frac{30 \times 63}{169} = 11,18$	11
2.	PE 2021 A	30	$\frac{30 \times 63}{169} = 11,18$	11
3.	PE 2021 B	25	$\frac{25 \times 63}{169} = 9,31$	9
4.	PE 2022 A	22	$\frac{22 \times 63}{169} = 8,20$	8
5.	PE 2022 B	28	$\frac{28 \times 63}{169} = 10,45$	11
6.	PE 2023 A	19	$\frac{19 \times 63}{169} = 7,08$	7
7.	PE 2023 B	15	$\frac{15 \times 63}{169} = 5,59$	6
<b>Total Sampel</b>				<b>63</b>

Sumber data : *Diolah peneliti, 2024*

Pengumpulan data utama dilakukan melalui survei online dengan menggunakan *Google Forms*, namun data sekunder didapatkan dari sumber literatur seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan penelitian. Menurut Hafni Sahir (2022), kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang dirancang berdasarkan parameter pengukuran untuk variabel penelitian. Kuesioner ini memanfaatkan skala Likert dengan rentang skor 1-5 poin, terdiri dari 21 item pertanyaan untuk variabel toko online dan 14 item untuk gaya hidup konsumtif. Instrumen penelitian diuji keabsahan dan keandalannya menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 26 dan Microsoft Excel. Uji keabsahan dilakukan dengan korelasi product moment sementara uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Berdasarkan Sugiharto dan Sitinjak (2006) yang dikutip dalam Musrifah Mardiani Sanaky1 (2021) uji validitas instrumen dilakukan agar menegaskan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar sesuai dalam mengukur apa yang diinginkan dengan akurat. Sedangkan, uji reliabilitas menurut Singarimbun dikutip dalam Sanaky (2021) dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen atau kuesioner memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis, mulai dari persiapan proposal hingga penulisan laporan akhir. Dalam penelitian ini, beberapa metode analisis digunakan. Pertama, dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi dasar yang mencakup pengujian normalitas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Kemudian, hipotesis diuji melalui uji t dan uji koefisien determinasi. Terakhir, untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi linear sederhana. Semua analisis dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 serta Microsoft Excel sebagai alat bantu dalam pengolahan data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

Jumlah keseluruhan responden yang didapatkan berdasarkan jenis kelamin laki – laki dan Perempuan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi dapat disajikan dalam tabel 2:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Presentase	Frekuensi
1.	<i>Perempuan</i>	74,6%	47
2.	<i>Laki – laki</i>	25,4%	16
Total		100%	63

Sumber data : *Diolah peneliti, 2024*

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa reponden berdasarkan jenis kelamin laki – laki perempuan didapatkan 74,6% dengan frekuensi sebanyak 47 mahasiswa. Sedangkan jenis kelamin laki – laki didapatkan 25,4% dengan frekuensi 16 mahasiswa. Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan dari penyebaran kuesioner disajikan dalam tabel.3 :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No.	Tahun Angkatan	Presentase	Frekuensi
1.	2020	17,5%	11
2.	2021 A	17,5%	11
3.	2021 B	14,3%	9
4.	2022 A	12,7%	8
5.	2022 B	17,5%	11
6.	2023 A	11,1%	7
7.	2023 B	9,5%	6
Total		100%	63

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan pengelompokkan responden tiap sub populasi angkatan 2020 hingga 2023.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Situs Online Shop yang Sering Dikunjungi

No.	Situs <i>Online Shop</i>	Presentase	Frekuensi
1	Shopee	93.7%	59
2	Tiktok Shop	4,8%	3
3	Lazada	0%	0
4	Bukalapak	0%	0
5	Lainnya (Whatsapp)	1,6%	1
Total		100%	63

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui dari 63 responden menunjukkan bahwa situs *online shop* yang sering dikunjungi yaitu Shopee, Tiktok Shop, Whatsapp, Lazada dan Bukalapak.

### Uji Validitas

Hasil pada uji validitas data yang berjumlah 63 responden dengan nilai  $df (n-2)$  yaitu  $(63-2) = 61$ , sehingga didapatkan tingkat signifikansi satu arah 5% sebesar 0.2091. Adapun hasil perhitungan setiap item dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 26 untuk mengukur variabel *online shop* (X) dan gaya hidup konsumtif (Y), berikut hasilnya:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Online Shop dan Gaya Hidup Konsumtif

Variabel	Pernyataan	$R_{Hitung}$	$R_{Tabel}$	Keterangan
<i>Online Shop</i>	<b>OS 1</b>	0.735	0.2091	<i>Valid</i>
	<b>OS 2</b>	0.786		
	<b>OS 3</b>	0.634		
	<b>OS 4</b>	0.850		
	<b>OS 5</b>	0.664		
	<b>OS 7</b>	0.762		
	<b>OS 8</b>	0.803		
	<b>OS 9</b>	0.848		
	<b>OS 10</b>	0.656		
	<b>OS 11</b>	0.704		
	<b>OS 12</b>	0.739		
	<b>OS 13</b>	0.800		
	<b>OS 14</b>	0.770		

	<b>OS 15</b>	0.751		
	<b>OS 16</b>	0.855		
	<b>OS 16</b>	0.785		
	<b>OS 17</b>	0.850		
	<b>OS 18</b>	0.847		
	<b>OS 19</b>	0.877		
	<b>OS 20</b>	0.745		
	<b>OS 21</b>	0.782		
	GHK 1	0.234		
	GHK 2	0.406		
	GHK 3	0.368		
	GHK 4	0.494		
	GHK 5	0.458		
	GHK 6	0.496		
Gaya Hidup Konsumtif	GHK 7	0.518	0.2091	<i>Valid</i>
	GHK 8	0.297		
	GHK 9	0.356		
	GHK 10	0.221		
	GHK 11	0.437		
	GHK 12	0.349		
	GHK 13	0.289		
	GHK 14	0.365		

*Sumber data : Diolah peneliti, 2024*

Dari tabel 5 dengan variabel (*Online Shop*) memiliki sebanyak 21 pernyataan dan 14 pernyataan untuk variabel (*Gaya Hidup Konsumtif*). Berdasarkan hasil analisis satu arah, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan menunjukkan validitas yang memadai. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung yang diperoleh untuk setiap item melebihi ambang batas rtabel sebesar 0,2091.

### Uji Reliabilitas

Untuk mengukur konsistensi dan keandalan hasil yang diberikan oleh instrumen atau kuesioner, dilakukan uji reliabilitas. Tabel di bawah ini menyajikan temuan dari uji reliabilitas yang telah dilakukan :

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Online Shop	0.966	Reliabel
Gaya Hidup Komsumtif	0.537	Reliabel

*Sumber data : Diolah peneliti, 2024*

Berdasarkan tabel 6, hasil analisis reliabilitas menggunakan IBM SPSS 26 mengindikasikan bahwa setiap variabel memiliki *Cronbach Alpha* nilai lebih besar dari 0.2091. Dengan demikian, indikator - indikator dari variabel *online shop* dan gaya hidup konsumtif dalam kuesioner dinyatakan reliabel. Sesuai dengan kriteria menurut Masri Singarimbun dikutip dalam Musrifah Mardiani Sanaky1 (2021) Apabila nilai alpha lebih dari 0,7, ini mengindikasikan bahwa reliabilitas telah cukup memadai. Sementara itu, jika alpha di atas 0,80 menunjukkan reliabilitas yang kuat pada semua item dan konsistensi yang tinggi pada seluruh tes. Namun, penjelasan lebih rinci dapat diuraikan sebagai berikut:

Pertama Alpha yang melebihi 0,90: Reliabilitas dianggap optimal atau sempurna. Kedua, Alpha antara 0,70 hingga 0,90: Reliabilitas tergolong tinggi. Ketiga, Alpha berkisar 0,50 hingga 0,70: Reliabilitas berada pada tingkat menengah atau moderat. Keempat, Alpha di bawah 0,50: Reliabilitas dianggap rendah.

### Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis regresi, sangat penting untuk memeriksa distribusi normal data dengan menggunakan uji normalitas. Menurut (Siregar, 2015:49) dalam (Pratama, 2021) Uji normalitas diterapkan untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal sebelum dilakukan analisis regresi. Salah satu cara menguji normalitas dapat menggunakan Uji Kolmogorov – Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk tujuan tersebut, dengan hasil yang disajikan dalam Tabel 7 :

Tabel 7. Uji Normalitas

One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.77387375
	Absolute	.102
Most Extreme Differences	Positive	.102
	Negative	-.064
	Test Statistic	.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 <sup>c</sup>

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 7, nilai *Asymp. Sig. (2 – tailed)* dari uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar  $0.099 > 0.05$ , menunjukkan bahwa data untuk variabel "Total Online Shop" dan "Total Gaya Hidup Konsumtif" terdistribusi secara normal.

### Uji Linearitas

Untuk menilai apakah ada keterkaitan linier antara variabel *online shop* dan gaya hidup konsumtif, dilakukan uji linearitas melalui Analysis of Variance (ANOVA). Hasil dari pengujian ini tercantum dalam tabel 8 :

Tabel 8. Uji Linearitas

ANOVA Table							
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Total Gaya Hidup Konsumtif * Total Online Shop	Between Groups	(Combined)	599.151	30	19.972	.654	.878
		Linearity	164.012	1	164.012	5.367	.027
		Deviation from Linearity	435.139	29	15.005	.491	.972
	Within Groups		977.833	32	30.557		
Total			1576.984	62			

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Pengujian linearitas dalam tabel 8 difokuskan pada baris "*Deviation from Linearity*". Apabila nilai *signifikansi (Sig.)*  $> 0.05$ , ini menandakan adanya hubungan linear antara variabel independen dan dependen. Pada baris tersebut, nilai *signifikansi* adalah  $0.972 > 0.05$ , yang mengungkapkannya adanya hubungan linear antara variabel Total Online Shop dan Total Gaya Hidup Konsumtif.

### Uji Heteroskedastisitas

Untuk memeriksa adanya heteroskedastisitas, digunakan uji Glejser dengan menilai hasil berdasarkan nilai signifikansi atau probabilitas. Model regresi dianggap bebas dari heteroskedastisitas ketika nilai *signifikansi melebihi* 0,05. Di sisi lain, apabila nilai signifikansi *berada di bawah* 0,05, terdapat kemungkinan bahwa model tersebut mengalami masalah heteroskedastisitas.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.319	2.520		-.126	.900
Total Online Shop	.048	.029	.209	1.668	.100

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Hasil dari uji Glejser yang ditampilkan pada tabel 9 memperlihatkan bahwa variabel independen online shop memiliki nilai signifikansi sebesar 0,100, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada heteroskedastisitas.

### Uji T

Dengan menggunakan uji t, analisis dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif, berikut tabel penjelasannya :

Tabel 10. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	37.380	4.415		8.467	.000
Kompensasi Finansial	.135	.051	.322	2.661	.010

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Hasil dari uji t yang tertera pada Tabel 10 menunjukkan adanya pengaruh variabel total online shop terhadap gaya hidup konsumtif. Data dalam kolom Sig. memperlihatkan tingkat *signifikansi* sebesar 0,010, yang posisinya di bawah *ambang batas* 0,05, menandakan pengaruh yang signifikan dari variabel *online shop* terhadap gaya hidup konsumtif. Nilai thitung untuk variabel total online shop adalah 2,661 > nilai *ttabel* pada taraf signifikansi 0,05, yaitu 1,670 dari uji satu arah. Dari kolom Unstandardized Coefficients bagian B, koefisien regresi untuk variabel total online shop tercatat sebesar 0,135. Ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam variabel total *online shop* akan mengakibatkan peningkatan 0,135 unit pada gaya hidup konsumtif., dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Dengan demikian, hasil uji t statistik mengindikasikan bahwa variabel total *online shop* mempengaruhi gaya hidup konsumtif secara positif dan signifikan pada tingkat signifikansi 5%.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dapat dijelaskan pada tabel *model summary* dalam output SPSS yang tercantum di bawah ini :

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322 <sup>a</sup>	.104	.089	4.813

A. Predictors: Constant, Kompensasi Finansial, Motivasi Kerja

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Dari penjabaran tabel 11, dapat disimpulkan bahwa variabel "Total *Online Shop*" dapat menjelaskan sekitar 10,4% (R Square = 0,104) dari variasi dalam "Total Gaya Hidup Konsumtif". Meskipun nilai ini relatif rendah, pengaruh variabel "Total *Online Shop*" terhadap "Total Gaya Hidup Konsumtif" terbukti signifikan secara statistik berdasarkan hasil uji t sebelumnya.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 12. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	37.380	4.415		8.467	.000
<i>Total Online Shop</i>	.135	.051	.322	2.661	.010

Sumber data : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa "Total *Online Shop*" mempengaruhi "Total Gaya Hidup Konsumtif" secara positif dan signifikan dalam model regresi sederhana ini. Peningkatan "Total *Online Shop*" akan diikuti dengan peningkatan "Total Gaya Hidup Konsumtif". Penelitian ini mengungkapkan bahwa keberadaan online shop secara positif dan signifikan mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa, seperti yang dibuktikan berdasarkan hasil statistik yang menunjukkan adanya pengaruh pada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan. Ini konsisten dengan teori yang ditemukan oleh (Evianah & Mustikorini, 2023), yang mengemukakan bahwa maraknya *online shop* telah membawa perubahan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif perempuan di kalangan mahasiswa, khususnya di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam penelitiannya juga menemukan bahwa perubahan gaya hidup pada *online shop* ini disebabkan oleh faktor kemudahan akses dan variasi produk yang ditawarkan oleh *online shop*. Selain itu juga dipengaruhi beberapa faktor diantaranya efisien waktu, kemudahan akses yang mudah, pemenuhan kebutuhan, pengaruh lingkungan pertemanan, serta harga yang kompetitif dalam pemasaran digital, terutama apabila *online shop* merupakan *marketplace*. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan (Fatmawati, 2020) yang mengungkapkan pergeseran gaya hidup mahasiswa ke arah lebih konsumtif akibat kehadiran *online shop*. Faktor-faktor seperti efisiensi waktu, akses yang mudah, pemenuhan kebutuhan dan kepuasan barang menjadi alasan utama perubahan gaya hidup konsumtif tersebut. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi sampel yang terbatas pada satu program studi dan penggunaan metode kuantitatif saja. Penelitian lebih lanjut dibutuhkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa.

### KESIMPULAN

Melalui analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini adalah perempuan dari berbagai angkatan, mulai dari tahun 2020 hingga 2023. Platform belanja online yang sering diakses oleh mahasiswa meliputi Shopee, Tiktok Shop, Lazada, Bukalapak, dan WhatsApp. Analisis statistik mengungkapkan bahwa *online shop* mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa secara positif dan signifikan, meski hanya mampu menjelaskan sebagian kecil dari variasi gaya hidup tersebut. Temuan ini menandakan adanya faktor lain yang memengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa yang tidak diuraikan dalam kajian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. (2023). *Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro* [Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/9019/1/SKRIPSI%20ANISA%20AULIA%20-%201903011019%20-%20ESy.pdf>
- Evianah, E., & Mustikorini, D. I. (2023). Maraknya Online Shop Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan. *Forum Manajemen*. <https://doi.org/10.61938/FM.V21I2.530>
- Faiza, N. (2019). Dampak Pembelian Online Shop di Shopee Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep. *Ekonomi Dan Bisnis*. <https://repository.wiraraja.ac.id/236/1/artikel%20skripsi.pdf>



- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; Edisi 1). KBM Indonesia Anggota IKAPI. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Hasan, M. I. (2008). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)* (Edisi Kedua). PT Bumi Aksara.
- Mustofa, Z. (2022, May 13). *Teori Online Shop Menurut Beberapa Ahli*. Universitas Stekom (Universitas Sains & Teknologi). <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Teori-Online-Shop-Menurut-Beberapa-Ahli/3b0b4b8f5107656f489fc829440f4d2ed4203231>
- Pamungkas, I., & Na'imah, T. (2022). Dimensi-dimensi Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja. *PSIMPHONI*, 3(1), 1–7.
- Pratama, S. A. dan P. I. P. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress, Vol.11, NO. 1*.
- Publikasi Statistik Indonesia. (2023). *Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Untuk Makanan dan Bukan Makanan di Daerah Perkotaan dan Perdesaan Menurut Provinsi (rupiah), 2011-2023*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/OTQ1IzE=/monthly-average-of-food-and-non-food-expenditure-per-capita-in-urban-and-rural-areas-by-province--rupiahs---2011-2023.html>
- Rahmadhani, T., & Junaidi, J. (2023). Hubungan Interaksi Teman Sebaya dengan Disiplin Belajar Siswa Kelas XI SMA Negeri Binaan Khusus Dumai Riau. *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, 2(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/nara.v2i1.99>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439.
- Senja, F. M. Y. (2023). Pengaruh Pembelian Online Di Shopee Terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(2), 148–158.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.372>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian & Pengembangan Reseach and Development* (S. Y. Suryandari, Ed.). Alfabeta.