



Pengaruh Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

Elprida Munthe¹, Fachruddiansyah Muslim², Mayasari³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jambi

e-mail: elpridamunthee08@gmail.com¹ Fachruddiansyah.muslim@unja.ac.id²
mayasari@unja.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi digital dan pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi. Mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023 yang berjumlah sebanyak 323 mahasiswa merupakan populasi yang digunakan dalam penelitian ini. Rumus Slovin digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung ukuran sampel yang menghasilkan sampel akhir 178 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form. Metode analisis data yang digunakan analisis statistik deskriptif dengan bantuan alat analisis IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan teknologi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan teknologi digital dan pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Teknologi Digital.*

Abstract

This research aims to determine the influence of digital technology and family economic education on consumer behavior at Jambi University economics education students. Jambi University's 2021, 2022 and 2023 economic education students, totaling 323 students, are the population used in this research. The Slovin formula was used in this research to calculate the sample size which resulted in a final sample of 178 students. The sampling technique used was simple random sampling with data collection techniques using questionnaires via Google Form. The data analysis method used was descriptive statistical analysis with the help of the IBM SPSS 26 analysis tool. The research results showed that digital technology had a positive and significant effect on consumer behavior and economic education in the family had a negative and significant effect on consumer behavior. Simultaneously digital technology and family economic education influence consumer behavior.

Keywords: *Consumer Behavior, Digital Technology, Economic Education in the Family.*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan ini manusia tidak akan terlepas dari kegiatan konsumsi. Manusia cenderung melakukan konsumsi berdasarkan intensitas kebutuhannya.

Konsumsi dianggap sebagai suatu kewajiban karena berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok manusia. Masyarakat saat ini mengalami perubahan perilaku konsumsi dimana dulunya manusia melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan saat ini cenderung melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginannya yang mengarah pada perilaku konsumtif. Masyarakat saat ini mengalami perubahan perilaku konsumsi dimana dulunya manusia melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan saat ini cenderung melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginannya yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif timbul dari pemilihan keputusan konsumen yang irasional berdasarkan pada perilaku meniru yang disesuaikan dengan trend yang sedang berkembang (Melina & Wulandari, 2018). Perilaku konsumtif banyak dilakukan oleh kalangan remaja salah satunya mahasiswa, dimana mahasiswa belum memiliki penghasilan tetapi cenderung konsumtif dan adanya keinginan untuk melakukan pembelian tanpa memperhatikan tujuan dan manfaatnya. Khoirul (2016) masa remaja merupakan fase peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang mana ditandai berbagai perubahan baik fisik, sosial maupun psikis. Perubahan yang terjadi pada remaja tersebut dijadikan sebagai upaya menemukan jati diri yang mana mereka berusaha membentuk citra atau image tentang dirinya.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan Prihastuty (2018) . Sumartono dalam Wardani & Anggadita(2021) bahwa perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang yang dianggap menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda.

Perubahan perilaku konsumsi setiap kalangan berubah sesuai dengan perkembangan zaman tidak terkecuali pada mahasiswa. Dengan hadirnya teknologi dapat memudahkan segala bentuk kegiatan, terlebih kecepatan dalam menemukan informasi hanya dengan melalui smartphone dan internet. Dengan teknologi digital manusia mendapatkan banyak kemudahan salah satunya kemudahan dalam kegiatan ekonomi. Muslim & Nasori (2022) mengungkapkan teknologi digital mempermudah aspek kehidupan salah satunya dalam bisnis yaitu mempermudah konsumen memperoleh barang kebutuhan secara cepat tanpa batasan waktu dan tempat. Dalam penelitian (Prastyaningtyas, 2019) mengungkapkan teknologi digital atau era digital saat ini terlebih dalam bidang ekonomi menyebabkan bertambahnya perilaku konsumtif masyarakat indonesia khususnya generasi z dan milenial.

Dengan adanya teknologi digital saat ini tidak dapat dipungkiri masyarakat lebih bergantung pada teknologi khususnya pada kalangan mahasiswa dikarenakan kepraktisan dan keefisienan yang ditawarkan teknologi digital tersebut. Masyarakat khususnya mahasiswa sering menggunakan teknologi digital baik dalam kegiatan pendidikan, belanja maupun hiburan. intensitas penggunaan teknologi digital yang tinggi mahasiswa mudah beradaptasi dengan adanya teknologi digital yang memunculkan budaya digital. Dengan adanya adaptasi budaya digital ini mempermudah masyarakat melakukan transaksi e-commerce dan memesan produk melalui aplikasi.

Teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisien dalam setiap kegiatan manusia. Davis dalam (Nazirwan, 2018) menjelaskan teknologi digital merupakan suatu sistem untuk menyajikan informasi guna mendukung fungsi operasi, manajemen, dan proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi seperti hardware (perangkat keras), software (perangkat lunak) dan brainware merupakan unsur manusia yang menjalankan sistem informasi. Indikator Teknologi digital yang digunakan menurut Davis yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *actual usage*.

Kehadiran teknologi digital mahasiswa yang tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memuaskan keinginan atau sekedar mengikuti trend yang ada pada media digital yang muncul dari diri mereka yang mengarah pada perilaku konsumtif. Dengan perubahan perilaku konsumsi yang dialami mahasiswa perlu pertimbangan yang tepat untuk menentukan sebuah pilihan dalam berkonsumsi yang dapat ditanamkan yang dimulai dari lingkungan terdekat. Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi (Husna et al., 2023).

Keluarga merupakan tempat pertama dimana individu menerima pendidikan, nilai-nilai, dan perilaku yang akan membentuk dasar perkembangan tingkah laku. Pendidikan awal yang dijalani adalah pendidikan informal yaitu pendidikan dalam keluarga, dimana salah satu pendidikan yang diajarkan adalah pendidikan ekonomi dalam keluarga yang tidak hanya sebatas penyampaian pengetahuan ekonomi oleh orang tua namun pendidikan ekonomi dalam keluarga juga mencakup pembiasaan dan keteladanan (Mayasari et al., 2022). Hasil penelitian Penelitian Wulandari et al (2021) menghasilkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin baik pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarga maka semakin baik pola pikir mahasiswa dalam melakukan konsumsi.

Pendidikan dapat memberikan dampak pada pembentukan pola pikir yang membangun struktur pemahaman dan pengetahuan. Menurut Mayasari (2019) pendidikan ekonomi keluarga merupakan pendidikan ekonomi yang dilakukan dari dalam keluarga itu sendiri yang dimana anggota keluarga memberikan pembelajaran ekonomi kepada anak agar anak melakukan kegiatan ekonomi yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan keluarga. indikator pendidikan ekonomi yang digunakan menurut Mayasari yaitu pemberian pembelajaran ekonomi, pembiasaan contoh ekonomi, dan pengelolaan pendapatan.

Peneliti melakukan observasi kepada mahasiswa pendidikan ekonomi yang menunjukkan dari 30 mahasiswa 76,7% mahasiswa melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan sehari-hari melainkan berdasarkan pada keinginan pribadi mereka, yang dilakukan semata-mata untuk memenuhi kepuasan pribadi. Keinginan tersebut terkait dengan pembelian barang yang tidak diperlukan hanya untuk memenuhi keinginannya tanpa memperhatikan kebermanfaatannya. Hal tersebut dilakukan hanya untuk keinginan meniru orang lain, mengikuti tren, meningkatkan status sosialnya. Dengan melihat fenomena yang terjadi mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi.

Mahasiswa sebagai generasi yang paling melek teknologi digital dan kalangan yang sudah mendapat pendidikan dari orang tuanya tentang ekonomi diharapkan dapat menjadi mahasiswa yang memiliki pemahaman digital yang baik, mampu mengontrol dirinya dalam melakukan pembelian barang ataupun jasa agar tidak menjadikan dirinya berperilaku konsumtif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh teknologi digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023 yang berjumlah 323 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *propotionate stratified random sampling*. Pada penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan dengan rumus slovin sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 178 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji normalitas, uji homogenitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis statistik uji regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis uji deskriptif teknologi digital pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas jambi yang terdiri dari persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, sikap terhadap penggunaan, dan penggunaan sesungguhnya. Hasil deskriptif teknologi digital pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Deskriptif Teknologi Digital

NO	Indikator	Skor total	Rata-rata	TCR
1	Persepsi Kebermanfaatan	659	3,7	74,1
2	Persepsi Kemudahan	664	3,73	74,6
3	Sikap Terhadap Penggunaan	672	3,77	75,5
4	Penggunaan Sesungguhnya	678	3,81	76,2
	Rata-rata	668	3,75	75,1

Sumber : data olahan

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui penggunaan teknologi digital mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar 75,1% yang berarti penggunaan teknologi digital mahasiswa pendidikan ekonomi dengan kategori baik. Hasil deskriptif pendidikan ekonomi dalam keluarga pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Deskriptif Pendidikan Ekonomi Keluarga

N0	Indikator	Skor total	Rata-rata	TCR
1	Pemberian Pembelajaran Tentang Ekonomi	646	3,6	72,6
2	Pembiasaan Contoh Kegiatan Ekonomi	630	3,5	70,8
3	Pengelolaan Pendapatan	686	3,8	77,1
Rata-rata		654	3,6	73,5

Sumber : data olahan

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui pendidikan ekonomi dalam keluarga pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar 73,5% yang berarti pendidikan ekonomi dalam keluarga mahasiswa pendidikan ekonomi dengan kategori baik. Hasil deskriptif perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Deskriptif Perilaku Konsumtif

No	Indikator	Skor total	Rata-rata	TCR
1	Membeli barang karena iming-imingan hadiah	597	3,4	67
2	Membeli barang karena kemasannya yang menarik	621	3,5	69,7
3	Membeli barang karena untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	600	3,4	67,5
4	Membeli barang atas dasar pertimbangan harga bukan dari manfaatnya	622	3,5	69,9
5	Membeli barang yang dianggap menjaga status sosial	596	3,4	67
6	Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	618	3,5	69,5
7	Membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi	624	3,5	70,1
8	Mencoba barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda.	598	3,4	67,2
Rata –rata		609	3,5	68,5

Sumber: data olahan

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi sebesar 68,5 yang berarti dengan kategori baik.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a			Standardized Coefficients	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta			
Model		B					
1	(Constant)	37.456	3.146		11.906	.000	
	Teknologi Digital	.674	.049	.711	13.864	.000	
	Pendidikan Ekonomi Keluarga	-.285	.070	-.209	-4.075	.000	

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji regresi berganda menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y=37,456+0,674X_1-285X_2$ dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan nilai konstanta sebesar 37,456 memberikan arti bahwa apabila Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi Keluarga (X2) diasumsikan =0 maka perilaku konsumtif secara konstan bernilai 37,456. Nilai koefisien regresi variabel Teknologi Digital (X1) sebesar 0,674 bertanda positif yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel Teknologi Digital (X1) memiliki hubungan searah dengan perilaku konsumtif, hal tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel Teknologi Digital dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif sebesar 0,674 satuan. Nilai koefisien regresi pendidikan ekonomi keluarga (X2) sebesar -0,285 bertanda negatif, yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel pendidikan ekonomi keluarga (X2) memiliki hubungan tidak searah dengan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel Pendidikan Ekonomi Keluarga dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif sebesar 0,285 satuan.

Tabel 4 diatas juga menjelaskan hasil uji t dari variabel independen yaitu nilai thitung pada variabel teknologi digital (X) dengan nilai 13,864 dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil pengujian diatas pada variabel teknologi digital (X1) diperoleh nilai t-hitung > t-tabel sebesar $13,864 > 1,653$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial atau terpisah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara teknologi digital (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y). nilai t-hitung pada variabel pendidikan ekonomi keluarga (X2) dengan nilai -4,075 dengan nilai signifikansi 0,000.

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel pendidikan ekonomi keluarga (X2) diperoleh nilai t-hitung < t-tabel sebesar $4,075 > 1,653$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara pendidikan ekonomi keluarga (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Semakin baik pendidikan ekonomi yang disampaikan oleh keluarga, semakin terarah pola pikir mahasiswa, sehingga mencegah perilaku konsumtif. Keluarga menjadi fondasi yang membentuk kepribadian anak, termasuk dalam konteks ekonomi. Cara orang tua mengajarkan

konsep ekonomi di rumah akan memengaruhi bagaimana anak mengelola keuangan dan mengambil keputusan ekonomi.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4784.261	2	2392.131	102.806	.000 ^b
	Residual	4071.986	175	23.268		
	Total	8856.247	177			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pendidikan Ekonomi Keluarga, Teknologi Digital

Sumber : data olahan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 102.806 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi Keluarga) secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Mahasiswa akan berperilaku konsumsi yang tidak rasional apabila tidak dapat menggunakan teknologi digital dengan bijak atau tidak dapat mengontrol dirinya, dengan kemudahan yang ditawarkan teknologi digital dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Dengan adanya peranan orangtua dalam memberikan pendidikan ekonomi dikeluarga maka akan semakin baik pola pikir mahasiswa dalam mengontrol perilaku konsumtifnya.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi (R^2). Berikut hasil persamaan regresi berganda dengan bantuan SPSS 26.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.535	4.82374
a. Predictors: (Constant), Pendidikan Ekonomi Keluarga, Teknologi Digital				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Pada tabel diatas koefisien determinasi yang dapat dilihat pada *rsquare* sebesar 0,540 atau 54%. Menjelaskan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi universitas jambi sebesar 54% dipengaruhi oleh teknologi digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga. Sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penggunaan Teknologi Digital yang semakin canggih memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian ataupun pembayaran yang dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Mahasiswa akan berperilaku konsumsi yang tidak rasional apabila tidak dapat menggunakan Penggunaan Teknologi Digital dengan bijak atau tidak dapat mengontrol dirinya, dengan kemudahan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Hasil penelitian Adi Prakoso (2017) menjelaskan adanya pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013 secara parsial sebesar 12,11%. Disamping itu juga dengan kurangnya

pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diterima mahasiswa akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Pendidikan ekonomi dalam keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam perilaku konsumsi seseorang. Dengan adanya peranan orangtua dalam memberikan pendidikan ekonomi dikeluarga maka akan semakin baik pola pikir mahasiswa dalam mengontrol perilaku konsumtifnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut: terdapat pengaruh positif dan signifikan Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Husna, P. M., Hafid, R., Bahsoan, A., Ilato, R., & Mahmud, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019. *Journal on Teacher Education*, 5(1), 537–542.
- Khoirul Bariyyah Hidayati, M. F. (2016). Konsep Diri, Adversity Quotient dan Penyesuaian Diri pada Remaja Khoirul. *E-CliniC*, 4(2), 137–144. <https://doi.org/10.35790/ecl.4.2.2016.14370>
- Mayasari, Hidayatul, A., Dwijayanti Novia Sri, & Sari, N. (2022). Pengaruh Tingkat Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Pendidikan Anak. *Business and Accounting Education Journal*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.15294/baej.v4i1.69420>
- Mayasari, M. (2019). Kontribusi Perspektif Ekonomi Feminis dalam Pendidikan Ekonomi Keluarga Suku Melayu Jambi untuk Menanamkan Perilaku Ekonomi Pancasila. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 9(1), 62. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v9i1.141>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 141–152.
- Muslim, F., & Nasori, A. (2022). *Pengukuran Kreativitas Digital Pada Mahasiswa Jurusan PIPS Dalam Upaya Mempersiapkan Digital Entrepreneur Pendahuluan*. 12(2), 480–496.
- Nazirwan, N. (2018). *Trust, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived e-service quality*.
- Prastyaningtyas, E. W. (2019). Dampak Ekonomi Digital. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Prihastuty, R. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Maha. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, vol.03, No (02).
- Wardani Indah, R. A. (n.d.). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*.

Wulandari, F., Kusuma Wardani, D., Setyowibowo, F., & Pendidikan Bisnis, J. (2021). *Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta*. 7(2), 1–12. <https://jurnal.uns.ac.id/bise>