

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Sikap Keuangan dengan Peran Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi terhadap Kualitas Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Malang

Shofi Nida Rahmani, Nurhidayah, Galih Ramadhan Febrianto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email : 22201083028@unisma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumtif dan sikap keuangan terhadap kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa, serta menguji peran moderasi media sosial dalam hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Sampel penelitian terdiri dari 186 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari tiga Perguruan Tinggi Islam di Malang (UNISMA, UINMA, dan UMM) yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Sementara itu, sikap keuangan dan media sosial tidak berpengaruh secara langsung. Namun, media sosial terbukti berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan antara gaya hidup konsumtif terhadap pengelolaan keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumsi berlebihan menjadi faktor utama yang memperburuk kondisi finansial, di mana media sosial dapat berfungsi mengintervensi dampak dari gaya hidup tersebut.

Kata Kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Kualitas Pengelolaan Keuangan, Media Sosial, Mahasiswa, Sikap Keuangan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of consumptive lifestyle and financial attitude on the quality of students' financial management, as well as to examine the moderating role of social media in these relationships. This research employs a quantitative approach using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) as the analysis method. The research sample consists of 186 students from the Faculty of Economics and Business across three Islamic Higher Education Institutions in Malang (Unisma, UIN Maliki, and UMM), selected through a purposive sampling technique. The results show that a consumptive lifestyle has a significant negative effect on financial management. Meanwhile, financial attitude and social media do not have a direct effect. However, social media is proven to act as a significant moderating variable in the relationship between a consumptive lifestyle and financial management. These findings indicate that excessive consumption behavior is a major factor worsening financial conditions, where social media can function to intervene in the impact of that lifestyle.

Keywords: Consumptive Lifestyle, Financial Management Quality, Social Media, Students, Financial Attitude.

PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan merupakan kemampuan penting yang harus dimiliki setiap individu, terutama mahasiswa yang sedang berada pada masa transisi menuju kedewasaan. Pada masa ini mahasiswa mulai memiliki tanggung jawab dalam mengatur keuangan pribadi secara mandiri, terutama bagi mereka yang tinggal jauh dari orang tua. Kebebasan dalam mengambil keputusan konsumsi seringkali membuat mahasiswa menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan secara efektif. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki kebebasan dalam menentukan keputusan keuangan perlu memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik agar pengeluaran tetap terkendali (Mulyadi et al., 2022).

Pengelolaan keuangan yang baik mencerminkan kemampuan individu dalam merencanakan dan mengendalikan penggunaan uang secara bijak. Mahasiswa yang mampu mengelola keuangan dengan baik cenderung memiliki perencanaan pengeluaran yang jelas, mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, serta memiliki kebiasaan menabung. Sebaliknya, pengelolaan keuangan yang kurang baik dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran sehingga berpotensi menimbulkan masalah finansial di masa depan (Novianti et al., 2025).

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa adalah gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif mendorong individu untuk melakukan pembelian yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif yang tinggi dapat menyebabkan mahasiswa kesulitan dalam mengontrol pengeluaran sehingga berdampak pada kondisi keuangan pribadi (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022).

Selain gaya hidup, sikap keuangan juga berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang mengambil keputusan terkait penggunaan uang. Sikap keuangan mencerminkan cara pandang individu terhadap uang serta kemampuan dalam merencanakan dan mengelola keuangan secara bijak. Individu yang memiliki sikap keuangan yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pengeluaran serta mampu mengatur keuangan secara lebih efektif (Landias & Wiyanto, 2023).

Di era digital saat ini, media sosial juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Media sosial dapat memberikan dampak positif melalui penyebaran informasi dan edukasi keuangan, namun di sisi lain juga dapat mendorong perilaku konsumtif melalui tren gaya hidup yang ditampilkan. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat memperkuat maupun melemahkan hubungan antara sikap keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan individu tergantung pada jenis informasi yang diterima oleh pengguna (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022).

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan teori yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat atau keinginan untuk melakukan suatu tindakan. Teori ini dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang tidak terjadi secara spontan, melainkan didasarkan pada pertimbangan rasional terhadap konsekuensi dari tindakan yang akan dilakukan. Niat perilaku terbentuk dari dua komponen utama yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif yang memengaruhi keputusan individu dalam melakukan suatu tindakan (Rukmiyati & Budiarta, 2016).

Dalam konteks pengelolaan keuangan, sikap individu terhadap uang dan kebiasaan konsumsi akan memengaruhi keputusan dalam mengelola keuangan. Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk mengatur keuangan secara bijak sehingga perilaku keuangan yang dilakukan menjadi lebih terkontrol.

Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif merupakan perilaku individu yang cenderung melakukan konsumsi secara berlebihan dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Gaya hidup ini sering dipengaruhi oleh faktor lingkungan, perkembangan teknologi, serta tren yang berkembang di masyarakat. Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif dalam mengikuti perkembangan sosial sering kali terdorong untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup yang berkembang sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

Penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan teknologi keuangan (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022). Gaya hidup konsumtif yang tinggi dapat menyebabkan individu mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan karena pengeluaran yang tidak

terkontrol.

Sikap Keuangan

Sikap keuangan merupakan pandangan atau penilaian individu terhadap uang dan bagaimana individu tersebut mengambil keputusan terkait penggunaan keuangan. Sikap keuangan mencerminkan pola pikir seseorang dalam merencanakan, mengelola, serta mengendalikan pengeluaran agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial yang dimiliki. Sikap ini juga berkaitan dengan tingkat kesadaran individu dalam menentukan prioritas antara kebutuhan dan keinginan, sehingga dapat meminimalkan pengeluaran yang bersifat konsumtif. Individu yang memiliki sikap keuangan yang baik cenderung memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan bertanggung jawab, seperti membuat perencanaan anggaran, mengontrol pengeluaran, serta menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan atau kebutuhan di masa depan. Dengan adanya sikap keuangan yang positif, individu akan lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial sehingga dapat menjaga kestabilan kondisi keuangan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

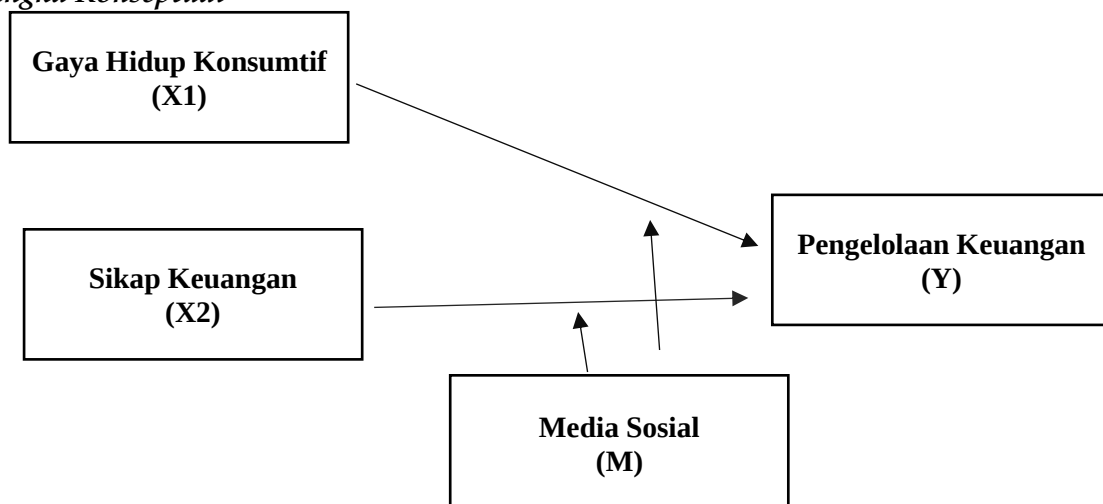
Penelitian menunjukkan bahwa sikap keuangan memiliki peran penting dalam menentukan perilaku keuangan seseorang, khususnya pada generasi muda seperti mahasiswa (Landias & Wiyanto, 2023). Sikap keuangan yang positif akan mendorong individu untuk membuat perencanaan keuangan yang baik dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta memperoleh berbagai konten yang memengaruhi cara berpikir dan perilaku pengguna. Dalam kehidupan mahasiswa, media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk gaya hidup dan pola konsumsi. Melalui berbagai konten yang ditampilkan, seperti tren gaya hidup, promosi produk, maupun aktivitas sehari-hari pengguna lain, mahasiswa sering kali terdorong untuk mengikuti pola konsumsi yang sedang populer. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sumber informasi dan edukasi, termasuk terkait pengelolaan keuangan, apabila digunakan secara bijak. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dapat memberikan pengaruh baik positif maupun negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa, tergantung pada bagaimana individu menyaring dan memanfaatkan informasi yang diperoleh dari platform tersebut.

Media sosial dapat memberikan dampak positif apabila digunakan sebagai sarana edukasi keuangan dan sumber informasi yang bermanfaat. Namun di sisi lain, media sosial juga dapat memicu perilaku konsumtif melalui konten yang menampilkan gaya hidup mewah dan tren konsumsi tertentu (Harianja, 2023). Oleh karena itu, media sosial dapat berperan sebagai faktor yang memperkuat maupun memperlemah perilaku pengelolaan keuangan individu.

Kerangka Konseptual



Berdasarkan analisis dan tujuan dari penelitian ini, dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan.

H2: Sikap Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan.

H3: Media Sosial memoderai (memperkuat/memperlemah) pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Pengelolaan Keuangan.

H4: Media Sosial memoderasi (memperkuat/memperlemah) pengaruh Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan.

H5 : Media Sosial Memoderasi Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei yang bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup konsumtif dan sikap keuangan terhadap kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa dengan peran media sosial sebagai variabel moderasi. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengumpulan data berupa angka yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa Perguruan Tinggi Islam yang berada di Kota Malang, yaitu Universitas Islam Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan Oktober 2025 sampai dengan Februari 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tiga Perguruan Tinggi Islam di Kota Malang, yaitu Universitas Islam Malang (580 mahasiswa), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (633 mahasiswa), dan Universitas Muhammadiyah Malang (820 mahasiswa), sehingga total populasi penelitian berjumlah 2.033 mahasiswa.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi penelitian (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 7%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 185 responden. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan 186 responden yang berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tiga perguruan tinggi tersebut, dengan masing-masing 62 responden dari setiap perguruan tinggi.

Sumber Data dan Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari mahasiswa program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Universitas Muhammadiyah Malang melalui penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan terkait variabel penelitian.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner yang digunakan berbentuk angket tertutup dengan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti, sehingga memudahkan peneliti dalam mengolah dan menganalisis data secara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Distribusi Jawaban Responden

Tabel 1. Distribusi kriteria interpretasi skor rata-rata

No	Rata - Rata (Mean)	Kategori
1.	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2.	1,81 – 2,60	Rendah
3.	2,61 – 3,40	Cukup
4.	3,41 – 4,20	Tinggi
5.	4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Tabel 1. di atas berfungsi sebagai acuan dalam menarik kesimpulan deskriptif dari setiap variabel yang diteliti. Dengan adanya batasan interval, sehingga dapat diketahui apakah kecenderungan perilaku responden terkait gaya hidup konsumtif, sikap keuangan, peran media sosial, dan pengelolaan keuangan berada pada tingkat yang rendah, cukup, atau tinggi. Penentuan kategori pada setiap variabel penelitian dilakukan dengan mengonversi nilai rata-rata (*mean*) hasil jawaban responden ke dalam tingkatan tertentu. Untuk memberikan interpretasi yang akurat, peneliti menetapkan kriteria penilaian menggunakan skala interval yang membagi rentang skor 1,00 hingga 5,00 ke dalam lima kategori klasifikasi.

Uji Validitas (Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Convergent Validity

Tabel 2. Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
M	M1	0.954	0.879	Valid
	M2	0.921		
	M3	0.946		
	M4	0.915		
	M5	0.950		
X1	X1.1	0.937	0.860	Valid
	X1.2	0.923		
	X1.3	0.940		
	X1.4	0.915		
	X1.5	0.940		
	X1.6	0.910		
X2	X2.A	0.523	0.338	Tidak Valid
	X2.B	0.561		
	X2.C	0.532		
	X2.D	0.727		
	X2.E	0.514		
	X2.F	0.600		
Y	Y1	0.857	0.640	Valid
	Y2	0.749		
	Y3	0.856		
	Y4	0.761		
	Y5	0.831		
	Y6	0.744		
	Y7	0.830		

	Y8	0.761		
	M x X2	1.000		
	M x X1	1.000		

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2. hasil pengujian convergent validity menunjukkan bahwa variabel M, X1, dan Y memiliki nilai outer loading > 0.70 dan AVE > 0.50, sehingga dinyatakan Valid. Namun, variabel X2 memiliki nilai AVE sebesar 0.338 (< 0.50) dengan mayoritas indikator di bawah 0.70, sehingga dinyatakan Tidak Valid. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator pada variabel X2 kurang mampu merepresentasikan konstruk latennya secara tepat

Discriminant Validity

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT)

Variabel	M	X1	X2	Y	M x X2	M x X1
M						
X1	0.784					
X2	0.547	0.901				
Y	0.696	0.916	0.923			
M x X2	0.199	0.029	0.060	0.049		
M x X1	0.574	0.344	0.103	0.035	0.279	

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3. hasil pengujian HTMT menunjukkan bahwa sebagian besar variabel telah memenuhi kriteria validitas diskriminan dengan nilai di bawah 0,90. Meskipun terdapat nilai yang sedikit melebihi ambang batas pada hubungan antara X2, X1, dan Y, namun variabel interaksi moderasi (M x X1 dan M x X2) terbukti memiliki validitas diskriminan yang sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk moderasi dalam penelitian ini adalah unik dan layak untuk dilakukan pengujian

Cross Loading

Tabel 4. Hasil Uji Cross Loading

Indikator	M	X1	X2	Y	M x X2	M x X1
M1	0.954	0.748	-0.420	-0.640	-0.181	0.541
M2	0.921	0.684	-0.404	-0.607	-0.150	0.481
M3	0.946	0.717	-0.390	-0.602	-0.196	0.576
M4	0.915	0.673	-0.347	-0.603	-0.190	0.471
M5	0.950	0.722	-0.391	-0.609	-0.198	0.576
X1.1	0.704	0.937	-0.674	-0.870	0.014	0.201
X1.2	0.721	0.923	-0.614	-0.765	-0.003	0.411
X1.3	0.692	0.940	-0.692	-0.865	0.002	0.205
X1.4	0.713	0.915	-0.595	-0.744	-0.076	0.421
X1.5	0.683	0.940	-0.684	-0.881	-0.023	0.185
X1.6	0.706	0.910	-0.613	-0.725	-0.043	0.460
X2A	-0.218	-0.321	0.523	0.299	-0.011	-0.034
X2B	-0.209	-0.356	0.561	0.391	0.028	0.042
X2C	-0.249	-0.445	0.532	0.420	0.006	-0.024
X2D	-0.272	-0.498	0.727	0.522	-0.019	0.042
X2E	-0.239	-0.348	0.514	0.361	0.010	-0.081
X2F	-0.264	-0.433	0.600	0.419	0.089	-0.054
Y1	-0.524	-0.790	0.657	0.857	-0.048	-0.010
Y2	-0.523	-0.597	0.504	0.749	-0.014	-0.005
Y3	-0.535	-0.778	0.618	0.856	-0.044	-0.019

Y4	-0.498	-0.612	0.496	0.761	-0.037	0.039
Y5	-0.495	-0.773	0.619	0.831	0.032	-0.053
Y6	-0.548	-0.626	0.454	0.744	0.091	-0.022
Y7	-0.571	-0.771	0.616	0.830	-0.023	-0.054
Y8	-0.502	-0.607	0.495	0.761	-0.013	0.013
M x X1	0.564	0.328	-0.024	-0.020	-0.279	1.000
M x X2	-0.195	-0.021	0.029	-0.011	1.000	-0.279

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Hasil pengujian cross loading pada Tabel 4. menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan karena setiap indikator memiliki nilai korelasi yang paling tinggi terhadap variabel latennya sendiri dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel lainnya. Secara spesifik, indikator pada variabel Media Sosial (M), Gaya Hidup Konsumtif (X1) dan Pengelolaan Keuangan (Y) menunjukkan kekuatan diskriminan yang sangat dominan pada kolom masing-masing, sementara indikator pada variabel Sikap Keuangan (X2) tetap konsisten berada pada kelompok konstruksinya sendiri meskipun memiliki nilai korelasi silang yang cukup kuat dengan variabel X1 dan Y.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam model ini memiliki perbedaan empiris yang jelas dan tidak terjadi tumpang tindih makna antar variabel, sehingga model layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Composite Reliability	AVE	Keterangan
M	0.965	0.966	0.973	0.879	Reliabel
X1	0.967	0.971	0.974	0.860	Reliabel
X2	0.604	0.617	0.751	0.338	Tidak Reliabel
Y	0.919	0.926	0.934	0.640	Reliabel

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 5. menunjukkan bahwa variabel Media Sosial (M), Gaya Hidup Konsumtif (X1), dan Pengelolaan Keuangan (Y) telah memenuhi seluruh kriteria reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang secara signifikan melampaui 0,70, sehingga dinyatakan sangat reliabel. Namun, variabel Sikap Keuangan (X2) menunjukkan tingkat konsistensi internal yang rendah karena nilai Cronbach's Alpha (0,604) belum mencapai standar ideal yang ditetapkan, yang sejalan dengan rendahnya nilai validitas konvergen (AVE) pada variabel tersebut.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

R Square

Tabel 6. Hasil Nilai R square

Variabel	R Square	R-square adjusted	Keterangan
Y	0.875	0.872	Cukup Signifikan

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Tabel 6. menyajikan hasil uji R-Square yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (Gaya Hidup Konsumtif dan Sikap Keuangan) serta variabel moderasi (Media Sosial) mampu menjelaskan varians dari variabel dependen (Pengelolaan Keuangan). Berdasarkan data tersebut, variabel Pengelolaan Keuangan (Y) memiliki nilai R-Square sebesar 0,875, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini secara simultan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 87,5% terhadap variasi nilai Pengelolaan Keuangan, sedangkan sisanya sebesar 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Nilai R-Square yang mendekati angka 1 ini dikategorikan sebagai model yang sangat kuat atau signifikan dalam memprediksi fenomena yang diteliti.

Tabel 7. Hasil Nilai Q Square

Variabel	SSO	SSE	Q2 (=)1-SSE/SSO	Keterangan
M	1000.000	1000.000	0.000	-
X1	200.000	1200.000	0.000	-
X2	200.000	1200.000	0.000	-
Y	200.000	916.926	0.427	Reliabel

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 7. dapat dijelaskan bahwa variabel Pengelolaan Keuangan (Y) memiliki nilai Q Square sebesar 0,427. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai Q^2 jauh lebih besar dari angka nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki relevansi prediktif yang kuat. Artinya, variabel Gaya Hidup Konsumtif (X1), Sikap Keuangan (X2), dan Media Sosial (M) secara bersama-sama memiliki kemampuan yang sangat baik untuk memprediksi atau menjelaskan variabel Pengelolaan Keuangan (Y) dalam penelitian ini. Sementara itu, variabel M, X1, dan X2 menunjukkan nilai 0,000 karena variabel-variabel tersebut berkedudukan sebagai variabel independen (eksogen), di mana nilai relevansi prediktifnya tidak diuji terhadap diri mereka sendiri melainkan fokus pada variabel endogen atau variabel yang dipengaruhi (Y).

Uji Path Coefficient

Tabel 8. Hasil Nilai Uji Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STDEV
X1 x Y	-0.736	-0.733	0.063
X2 x Y	0.084	0.089	0.038
M x Y	-0.274	-2.274	0.060
M x X1 x Y	0.653	0.650	0.059
M x X2 x Y	0.038	0.036	0.039

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji path coefficient, nilai original sample (O) menunjukkan estimasi pengaruh antar variabel. Variabel X1 memiliki pengaruh langsung negatif terhadap Y dengan koefisien -0,736, yang berarti peningkatan X1 akan menurunkan Y. Nilai sample mean dan standar deviasi yang kecil menunjukkan estimasi yang cukup stabil. Variabel X2 memiliki pengaruh positif yang sangat lemah terhadap Y dengan koefisien 0,084. Variabel M berpengaruh negatif terhadap Y dengan koefisien -0,274. Pada pengaruh tidak langsung, interaksi M x X1 x Y memiliki koefisien 0,653 yang menunjukkan bahwa M memperkuat hubungan X1 terhadap Y, sedangkan M x X2 x Y hanya memiliki koefisien 0,038 sehingga tidak memberikan pengaruh yang berarti.

Uji Signifikansi

Tabel 9. Hasil Uji Signifikansi

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STDEV	Signifikansi
X1 x Y	-0.736	-0.733	0.063	Signifikan
X2 x Y	0.084	0.089	0.038	Signifikan
M x Y	-0.274	-2.274	0.060	Signifikan
M x X1 x Y	0.653	0.650	0.059	Signifikan
M x X2 x Y	0.038	0.036	0.039	Tidak Signifikan

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Hasil uji signifikansi dengan bootstrapping pada 186 sampel menunjukkan bahwa dari lima hubungan yang diuji, empat hubungan signifikan dan satu tidak signifikan. Variabel X1 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Y dengan koefisien -0,736. Variabel X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y dengan koefisien 0,084, namun pengaruhnya relatif lemah. Variabel M juga berpengaruh signifikan terhadap Y dengan koefisien -0,274. Selain itu, M mampu memoderasi hubungan antara X1 dan Y dengan koefisien 0,653 yang signifikan, sedangkan M tidak mampu memoderasi hubungan antara X2 dan Y karena menghasilkan koefisien 0,038 yang tidak signifikan. Dengan demikian, model menunjukkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh langsung terhadap Y, serta M hanya memoderasi hubungan antara X1 dan Y.

Uji Hipotesis

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	T statistic	P values	Koefisien Path	Keterangan
H1	X1 x Y	11.625	0.000	-0.736	Signifikan
H2	X2 x Y	2.222	0.000	0.084	Signifikan
H3	M x Y	4.605	0.027	-0.274	Signifikan
H4	M x X1 x Y	11.094	0.000	0.653	Signifikan
H5	M x X2 x Y	0.980	0.346	0.038	Tidak Signifikan

Sumber; data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji hipotesis, gaya hidup konsumtif (X1) terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan (Y) dengan koefisien -0,736, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat konsumtif mahasiswa maka semakin rendah kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Sikap keuangan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan dengan koefisien 0,084, yang berarti sikap keuangan yang baik dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara lebih bijak. Media sosial (M) juga berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan dengan koefisien -0,274. Selain itu, media sosial terbukti mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup konsumtif dan pengelolaan keuangan secara signifikan dengan koefisien 0,653, namun media sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara sikap keuangan dan pengelolaan keuangan karena hasil pengujian menunjukkan nilai yang tidak signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Pengelolaan Keuangan

hasil uji hipotesis, variabel X1 terhadap Y memiliki nilai T- statistic sebesar 11,625 dan P-value sebesar 0,000. Karena nilai T-statistic > 1,96 dan P-value < 0,05, maka H1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa X1 memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Y. Kekuatan statistik yang sangat besar (11,625) menunjukkan bahwa X1 merupakan faktor kunci yang secara nyata menentukan perubahan pada variabel Y.

Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan

Hasil pengujian untuk variabel X2 terhadap Y menunjukkan nilai T-statistic sebesar 2,222 dengan P-value sebesar 0,000. Nilai tersebut memenuhi kriteria signifikansi (> 1,96 dan < 0,05), sehingga H2 diterima. Meskipun nilai T- statistic lebih kecil dibandingkan X1, hasil ini tetap menunjukkan bahwa pengaruh X2 terhadap Y adalah nyata dan bukan merupakan hasil kebetulan semata secara statistik.

Pengaruh Media Sosial terhadap Pengelolaan Keuangan

Untuk variabel M terhadap Y, diperoleh nilai T-statistic sebesar 4,605 dan P- value sebesar

0,027. Mengingat P-value masih berada di bawah ambang batas 0,05, maka H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel M secara langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap Y. Signifikansi ini menegaskan bahwa setiap perubahan pada variabel M akan memberikan dampak yang tervalidasi secara statistik terhadap naik-turunnya nilai Y.

Efek Moderasi Media Sosial pada Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dan Pengelolaan Keuangan

Pengujian pada jalur interaksi M x X1 terhadap Y menunjukkan nilai T-statistic sebesar 11,094 dan P-value sebesar 0,000. Berdasarkan kriteria tersebut, H4 diterima dengan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa variabel M menjalankan peran moderasi yang sangat kuat pada hubungan antara X1 dan Y. Kehadiran M secara signifikan mengubah dinamika hubungan X1 terhadap Y, yang menunjukkan bahwa fungsi M sebagai variabel pemoderasi bekerja secara efektif.

Efek Moderasi Media Sosial pada Hubungan Sikap Keuangan dan Pengelolaan Keuangan

Hasil pengujian hipotesis terakhir menunjukkan nilai T-statistic sebesar 0,980 dan P-value sebesar 0,346. Karena nilai T-statistic < 1,96 dan P-value > 0,05, maka H5 ditolak. Hal ini berarti variabel M tidak memiliki pengaruh moderasi pada hubungan antara X2 dan Y. Dengan kata lain, interaksi antara M dan X2 tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap Y, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh moderasi pada jalur ini tidak terbukti secara empiris.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan.
- Sikap Keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap Pengelolaan Keuangan.
- Media Sosial berpengaruh signifikan negatif terhadap Pengelolaan Keuangan
- Media Sosial mampu memoderasi hubungan Gaya Hidup Konsumtif terhadap Pengelolaan Keuangan.
- Media Sosial tidak mampu memoderasi hubungan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan.

Keterbatasan

- Ruang Lingkup Responden : Penelitian ini terbatas pada mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Kota Malang, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan secara luas untuk kelompok umur atau latar belakang budaya yang berbeda.
- Sifat Data (Self-Reported) : Data dikumpulkan melalui kuesioner yang bersifat subjektif, di mana ada kemungkinan responden memberikan jawaban yang dianggap *ideal* (social desirability bias) ketimbang kondisi yang sebenarnya.
- Variabel Terbatas: Penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel independen. Masih terdapat faktor lain seperti literasi keuangan, tingkat pendapatan, atau pengaruh keluarga yang tidak dieksplorasi dalam model ini.

Saran

- Bagi Mahasiswa : Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam mengelola keuangan dengan mengurangi perilaku konsumtif dan mulai membuat perencanaan keuangan yang lebih teratur.
- Bagi Perguruan Tinggi : Perguruan tinggi disarankan untuk memberikan edukasi atau pelatihan mengenai literasi dan pengelolaan keuangan agar mahasiswa memiliki kemampuan mengatur keuangan dengan baik.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya : Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan atau kontrol diri serta memperluas jumlah responden agar hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.
- Harianja, D. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 115–124.
- Kusmiati, M., & Kurnianingsih, H. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 11(1), 45–56.
- Landias, R., & Wiyanto, H. (2023). Pengaruh sikap keuangan dan literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 210–221.
- Mulyadi, A., Rahmawati, D., & Putri, N. (2022). Pengaruh perilaku konsumsi terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Modern*, 7(1), 56–64.
- Novianti, R., Sari, D., & Hidayat, T. (2025). Analisis perilaku pengelolaan keuangan pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, 12(1), 33–42.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.