

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI KEUANGAN PAPARAN MEDIA SOSIAL DAN KEBIASAAN BELANJA TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA

**Ertines Karmenisa Lubis¹, Puput Deminar Br Rajagukguk², Sheila Mangunsong³, Siti Dini⁴,
Dwita Sakuntala⁵**

PUI Manajemen Kopi dan Aren, Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}
Universitas Panca Budi⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi keuangan, paparan media sosial, dan kebiasaan belanja terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 150 responden mahasiswa. Hasil uji instrumen menunjukkan seluruh item pernyataan valid dan reliabel. Uji asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal serta tidak terdapat multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Sebaliknya, paparan media sosial dan kebiasaan belanja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,746 menunjukkan bahwa 74,6% variasi pengelolaan keuangan mahasiswa dapat dijelaskan oleh penggunaan aplikasi keuangan, paparan media sosial, dan kebiasaan belanja, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi keuangan membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih efektif, sedangkan paparan media sosial dan kebiasaan belanja yang tinggi cenderung menurunkan kemampuan pengelolaan keuangan mahasiswa.

Kata kunci: *Aplikasi Keuangan, Media Sosial, Kebiasaan Belanja, Pengelolaan Keuangan Mahasiswa*

Abstract

This study aims to analyze the influence of financial application usage, social media exposure, and shopping habits on students' financial management. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques. Data were collected through questionnaires from 150 student respondents. The results of the instrument test showed that all statement items were valid and reliable. The clinical assumption test showed that the data were normally distributed and there was no multicollinearity and heteroscedasticity. The results of the regression analysis showed that the use of financial applications had a positive and significant effect on students' financial management. Conversely, social media exposure and spending habits had a significant negative impact on students' financial management. Simultaneous test results showed that all three independent variables significantly influenced students' financial management. The coefficient of determination (CoE) of 0.746 indicates that 74.6% of the variation in students' financial management can be explained by the use of financial applications, social media exposure, and spending habits, while the remaining influence was attributed to other factors outside the study. The research findings indicate that utilizing financial technology helps students manage their finances more effectively, while high social media exposure and spending habits tend to decrease students' financial management skills.

Keywords: *Financial Applications, Social Media, Shopping Habits, Student Financial Management*

Korepondensi : *Siti Dini, S.E., M.Si. Email :sitidini@unprimdn.ac.id*

PENDAHULUAN

Di era digital, mahasiswa tidak hanya melihat akuntansi keuangan sebagai materi di perkuliahan tetapi juga sebagai seni mengelola keuangan pribadi, bagaimana cara menyimpan, menginvestasikan, dan menghasilkan uang. Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi keuangan digital Financial Technology (FinTech) membawa perubahan besar dalam pola pengelolaan keuangan mahasiswa dimana sangat mengandalkan teknologi untuk mengelola keuangan. Dilansir dari kompasiana.com aplikasi akuntansi mobile seperti Money Lover, Spendee, PocketBook, e-wallet menjadi pilihan dalam mencatat setiap pengeluaran bukan sebagai kewajiban akuntansi tetapi karena keingintahuan mahasiswa. Hal ini menjadikan akuntansi keuangan menjadi alat pemahaman diri seperti jurnal keuangan pribadi atau budgeting diary.

Mahasiswa juga bertumbuh dengan penggunaan teknologi keuangan berbasis FinTech seperti e-wallet dan mobile banking banyak digunakan oleh mahasiswa sebagai alat bantu untuk transaksi maupun pencatatan keuangan. Data dari GoodStats (2025) menunjukkan bahwa 80% masyarakat indonesia menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran favorit dan pengaturan anggaran otomatis. Fenomena ini membawa pola pikir akuntansi, menciptakan keselarasan antara akuntansi dan gaya hidup digital, dimana mahasiswa menganggap akuntansi bukan sekedar neraca laba rugi tetapi juga soal keseimbangan hidup finansial serta mental. Didukung dengan kemudahan akses serta fitur yang memudahkan mahasiswa dalam mengatur dan mengoordinasikan pengeluaran, mahasiswa cenderung ingin mudah, cepat dan aplikatif sehingga potensi pengelolaan keuangan menjadi lebih sistematis dan efisien.

Namun, di balik kemudahan itu juga menimbulkan tantangan baru. Paparan media sosial menjadi ruang dominan bagi mahasiswa dalam membentuk kebiasaan belanja. Dimulai dari konten jualan, unboxing, ulasan produk, serta iklan yang menarik yang sering bermunculan mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif. Paparan gaya hidup yang ditampilkan oleh influencer maupun teman di media sosial, seringkali berujung pada fenomena Fear of missing out (FOMO), dimana generasi muda merasa perlu mengikuti tren agar tetap relevan dengan lingkungan sosialnya, yang berujung melakukan pembelian dengan menggunakan layanan keuangan digital. Contohnya PayLater yang banyak tersedia

dalam aplikasi marketplace maupun e-wallet seperti Shopee PayLater, GoPayLater, dan OVO PayLater. Dilansir dari Databoks (2024) menunjukkan bahwa 26,5% pengguna PayLater di Indonesia berasal dari generasi Z (18-25 tahun), dimana sebanyak 63,1% pengguna PayLater tersebut untuk transaksi online, 16,5% untuk transaksi offline dan 20,4% menggunakan keduanya.

Tabel 1.1 Tabel Fenomena

No.	Fenomena	Data/Temuan	Sumber
1	Penggunaan <i>e-wallet</i> di Indonesia	80% masyarakat menggunakan <i>e-wallet</i>	GoodStats (2025)
2	Tren <i>PayLater</i> di kalangan Gen Z	26,5% penggunaan <i>Paylater</i> berasal dari Gen Z	Katadata 2023
3	Fenomena <i>FOMO</i> belanja online	67,8% mahasiswa mengalami <i>FOMO</i>	SuaraMerdeka.Com (2025)
4	Media sosial sebagai faktor konsumtif	72% penggunaan Instagram usia 18-24 tahun	Datareportal (2023)
5	Mahasiswa UNPRI pengguna aplikasi keuangan	Pra-survei: dari 30 mahasiswa, 85% menggunakan aplikasi keuangan 25% pernah memakai <i>Paylater</i>	Data Pra-Penelitian (2025)
4	Media sosial sebagai faktor konsumtif	72% penggunaan Instagram usia 18-24 tahun	Datareportal (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi keuangan dan layanan Paylater cukup tinggi di kalangan generasi muda termasuk mahasiswa. Tingginya penggunaan media sosial juga mendorong kebiasaan belanja yang lebih konsumtif. Kebiasaan belanja yang terbentuk dari paparan media sosial ini, ditambah dengan penggunaan aplikasi keuangan, dapat memiliki dampak signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Di satu sisi, aplikasi keuangan dapat membantu mahasiswa untuk lebih disiplin dalam mengelola keuangan. Namun, di sisi lain, pengaruh media sosial dapat menyebabkan mahasiswa mengabaikan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang baik, seperti menabung dan berinvestasi.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, dan Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan secara efektif di era digital.

KAJIAN PUSTAKA

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Perkembangan aplikasi keuangan dan layanan FinTech memberikan kemudahan dan manfaat bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan. Selain mempermudah transaksi, aplikasi ini juga berfungsi sebagai media edukasi yang meningkatkan kesadaran dalam mencatat pengeluaran, mengatur keuangan, dan memperluas literasi keuangan digital. Dengan demikian, teknologi ini membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih efektif dan cerdas.

Aplikasi pengelolaan keuangan bisa digunakan sebagai solusi untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa. Aplikasi ini memiliki beragam fungsi seperti pencatatan, pengecekan yang dapat mengontrol keuangan para mahasiswa sehingga dapat meminimalisir terjadinya pengeluaran yang signifikan (Choirina & Prasetia, 2025).

Penggunaan layanan Financial Technology (FinTech) memiliki peran signifikan dalam meningkatkan efektivitas manajemen keuangan mahasiswa. Dimana frekuensi penggunaan FinTech yang tinggi serta motivasi mahasiswa dalam memanfaatkannya terbukti berkontribusi terhadap kemampuan mencatat pengeluaran secara sistematis, mengatur anggaran lebih efisien serta meningkatkan pemahaman terhadap literasi keuangan (Gulo & Hendrajaya, 2025).

FinTech payment diungkapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi tetapi juga memberikan wawasan penting bagi mahasiswa dalam memahami pengelolaan keuangan berbasis digital (Arif Budiarto et al., 2023).

Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Media sosial memiliki pengaruh ganda terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Di satu sisi, media sosial dapat mendorong perilaku konsumtif melalui iklan, promo, dan tren gaya hidup. Namun di sisi lain, jika digunakan secara bijak dan kritis, media sosial dapat menjadi sarana edukasi keuangan yang efektif, membantu mahasiswa meningkatkan kesadaran dan kemampuan dalam merencanakan keuangan dengan lebih matang. Oleh karena itu, kemampuan mahasiswa dalam menyaring informasi dan menerapkan prinsip pengelolaan keuangan yang sehat sangat penting di tengah derasnya konten digital saat ini.

Penggunaan media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, media sosial dipandang sebagai salah satu faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa (Alfitriyani, 2023).

Penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, dimana semakin baik dan bijak dalam penggunaan media sosial, maka semakin baik pula pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa (Hatimatunnisani et al., 2024).

Media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif dan pengelolaan keuangan mahasiswa. Temuan ini memperkuat pentingnya literasi keuangan digital dalam membentuk pola pikir mahasiswa agar lebih rasional dalam pengambilan keputusan finansial, khususnya saat terpapar trend digital (Khasanah & Ardiansyah, 2025).

Kebiasaan Belanja Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Kebiasaan belanja online dan penggunaan e-money semakin umum di kalangan mahasiswa dan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif serta pengelolaan keuangan mahasiswa. Kemudahan transaksi digital, fitur paylater, dan fenomena FOMO di platform e-commerce mendorong tingginya frekuensi pembelian impulsif yang berpotensi mengganggu stabilitas keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami dampak kebiasaan ini dan mengembangkan strategi pengelolaan keuangan yang efektif demi menjaga kestabilan finansial.

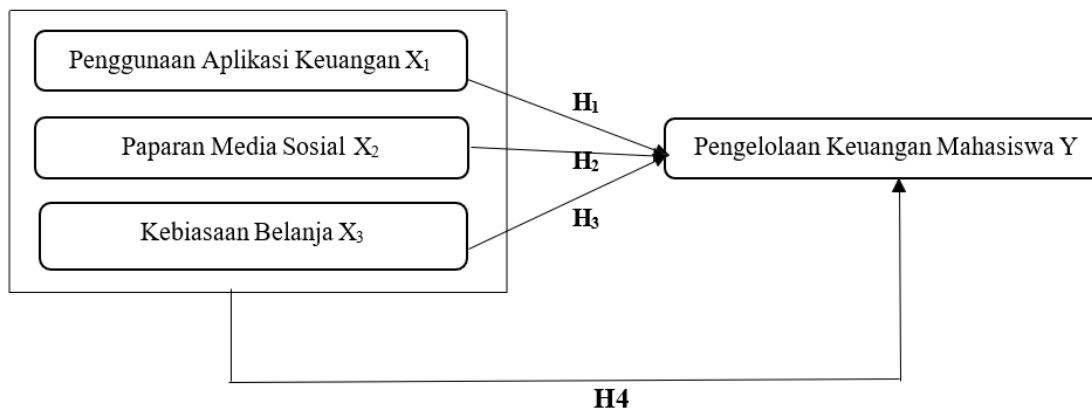
Kebiasaan belanja online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun belanja online menawarkan berbagai kemudahan, tanpa pengelolaan keuangan yang bijaksana, mahasiswa berisiko mengalami perilaku konsumtif yang dapat mengganggu stabilitas finansial mereka.

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana belanja online memengaruhi kebiasaan konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa (Fadhilah & Abadi, 2023).

E-money berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut terjadi karena dalam penggunaan e-money untuk transaksi online secara mental tidak merasa sadar akan uang yang dikeluarkan berakibat timbulnya kegemaran dalam melakukan belanja (Dewi et al., 2021).

Adanya korelasi positif antara konsumsi mahasiswa dengan penggunaan aplikasi belanja online semakin sering mahasiswa menggunakan program tersebut, semakin besar kemungkinan mereka untuk berbelanja. Disisi lain, semakin sedikit orang yang menggunakan aplikasi belanja online, yang dikaitkan dengan konsumsi yang lebih rendah (Sri Wahyuni & Istiana, 2022).

Kerangka Konseptual



Gambar.1 Kerangka konseptual

Hipotesis Penelitian

H1: Penggunaan Aplikasi Keuangan secara parsial berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

H2: Paparan Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

H3: Kebiasaan Belanja secara parsial berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

H4; Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, Kebiasaan Belanja secara simultan berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara variabel independen yaitu penggunaan aplikasi keuangan, paparan media sosial, dan kebiasaan belanja terhadap variabel dependen yaitu, pengelolaan keuangan. Menurut (Refi Arioen et al., 2023 : 27) metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu jenis penelitian yang bersifat sistematis dan terstruktur dengan tahapan yang jelas, bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena sosial yang ada.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Universitas Prima Indonesia Medan. Menurut (Sugiyono 2021:145), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik Simple Random Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel acak sederhana. Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2021:146). Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin. Cara menghitung sampel menggunakan rumus slovin adalah sebagai berikut 150 Responden.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden dalam bentuk angket dengan skala likert di setiap pertanyaan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode dengan survei, dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Keterangan
X ₁	Valid

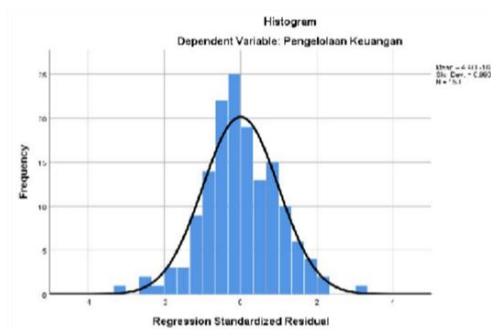
X ₂	Valid
X ₃	Valid
Y	Valid

Hasil uji validitas dalam penelitian ini terungkap bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditandai dengan nilai r hitung $>$ r tabel. Dimana untuk mengetahui r tabel dengan rumus ($df = n-2$). Dari jumlah sampel sebanyak 150 responden ($df = 150-2 = 148$), maka nilai r tabel yang ditetapkan adalah 0,1593. Berdasarkan hasil uji validitas seluruh butir pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, maka masing masing variabel dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Keterangan
X ₁	Reliabel
X ₂	Reliabel
X ₃	Reliabel
Y	Reliabel

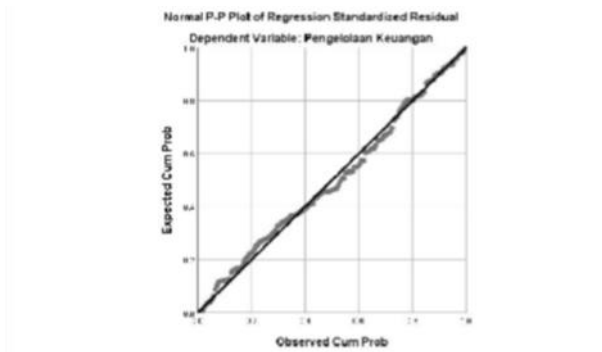
Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach's untuk variabel X1 sampai dengan variabel Y yang seluruhnya melampaui kriteria $>$ 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan dinyatakan reliabel.



Gambar 3.1 Histogram Residual

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat nilai Regression Standardized Residual menyebar dari -2 hingga 2 dan terkonsentrasi di sekitar nilai 0, dan kurva yang terbentuk

menyerupai lonceng, tidak condong ke kiri maupun ke kanan. Hal ini mengindikasikan bahwa data tersebut terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 3.2 Normal Probability Plot Residual

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa residual dari model regresi terdistribusi secara normal.

Tabel 3.3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38617835
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.039
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil pengujian membuktikan bahwa nilai signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu 0.200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Tabel 3.4 Hasil Uji Multikolinearitas

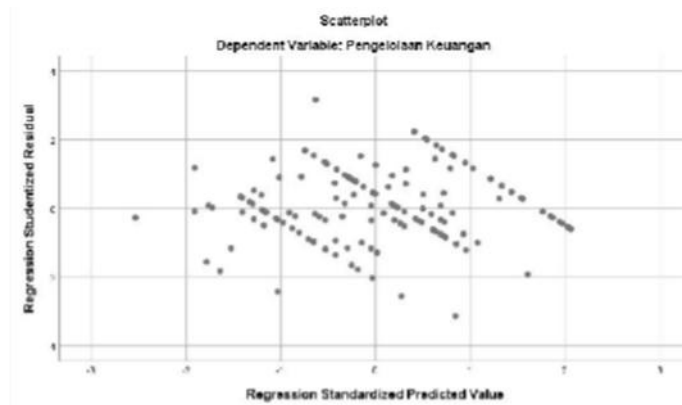
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Penggunaan Aplikasi Keuangan	.997	1.003
Paparan Media Sosial	.997	1.003

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Yaitu Penggunaan Aplikasi Keuangan 0,997, Paparan Media Sosial 0,997 dan Kebiasaan Belanja 1,000 seluruh variabel memiliki nilai tolerance $> 0,10$. Selanjutnya nilai VIF untuk Penggunaan Aplikasi Keuangan 1.003, Paparan Media Sosial 1.003, dan Kebiasaan Belanja 1,000 seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

Tabel 3.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.706	.482
Penggunaan Aplikasi Keuangan	1.365	.174
Paparan Media Sosial	.101	.919
Kebiasaan Belanja	.526	.599

Hasil uji heterokedastisitas dengan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen berada di atas 0,05, yaitu Penggunaan Aplikasi Keuangan sebesar 0,174, Paparan Media Sosial sebesar 0,919, dan Kebiasaan Belanja sebesar 0,599, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 3.3 Scatterplot Residual

Berdasarkan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu di atas maupun di bawah sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Unstandardized Coefficients				
	Model	B	Std. Error	Sig.
1	(Constant)	31.274	1.624	.000
	Penggunaan Aplikasi Keuangan	.511	.039	.000
	Paparan Media Sosial	-.416	.039	.000
	Kebiasaan Belanja	-.426	.039	.000

Berdasarkan persamaan garis regresi yang diperoleh di atas dapat ditarik sebagai berikut:
 Pengelolaan Keuangan = 31,274 + 0,511 Penggunaan Aplikasi Keuangan – 0,416 Paparan Media Sosial – 0,426 Kebiasaan Belanja

1. Nilai konstanta sebesar 31,274 menyatakan bahwa jika tidak ada Penggunaan Aplikasi Keuangan (X1), Paparan Media Sosial (X2), dan Kebiasaan Belanja (X3) maka nilai variabel Pengelolaan Keuangan (Y) adalah 31,274.
2. Nilai koefisien Penggunaan Aplikasi Keuangan (X1) sebesar 0,511 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan, akan meningkatkan Pengelolaan Keuangan sebesar 0,511.
3. Nilai koefisien Paparan Media Sosial (X2) sebesar -0,416 menunjukkan jika setiap kenaikan 1 satuan variabel Paparan Media Sosial, maka nilai variabel (Y) akan menurun sebesar -0,416.
4. Nilai koefisien Kebiasaan Belanja (X3) sebesar -0,426 menunjukkan jika setiap kenaikan 1 satuan variabel Kebiasaan belanja, maka nilai variabel (Y) akan menurun sebesar -0,426.

Tabel 3.7 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	19.260	.000
Penggunaan Aplikasi Keuangan	13.171	.000

Paparan Media Sosial	-10.747	.000
Kebiasaan Belanja	-11.019	.000

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial yang telah dilakukan, dapat diperoleh hasil dari uji t sebagai berikut:

1. Variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan memiliki thitung sebesar 13,171 > ttabel 1,976 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan .
2. Variabel Paparan Media Sosial memiliki thitung sebesar -10,747 < ttabel -1,976 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga variabel Paparan Media Sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan.
3. Variabel Kebiasaan Belanja memiliki thitung sebesar -11,019 < ttabel -1,976 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga variabel Kebiasaan Belanja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan.

Tabel 3.8 Hasil Uji F (Uji Simultan) ANOVAa

Model	Sum of Squares	df	Mean Square F	Sig.	
1 Regression	2487.617	3	829.206	142.700	.000 ^b
Residual	848.383	146	5.811		
Total	3336.000	149			

Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung > Ftabel sebesar, Dimana untuk mengetahui F tabel dengan rumus ($df_2 = n - k - 1$) di dapat hasil ($df_2 = 150 - 3 - 1 = 146$) maka dapat ditetapkan Ftabel sebesar 2,66. Hasil uji F yang didapat Fhitung 142,700 > Ftabel 2,66 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, dan Kebiasaan Belanja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan.

Tabel 3.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square
1	.864 ^a	.746

Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,746 menunjukkan bahwa sebesar 74,6% variasi pada variabel Pengelolaan Keuangan dapat dijelaskan oleh variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, dan Kebiasaan Belanja secara simultan, sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti literasi keuangan, control diri, sikap terhadap keuangan, Tingkat pendapatan atau uang saku mahasiswa pengaruh lingkungan sosial serta gaya hidup individu.

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas dan kualitas penggunaan aplikasi keuangan, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa Perkembangan aplikasi keuangan dan layanan FinTech memberikan kemudahan dan manfaat bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan. Selain mempermudah transaksi, aplikasi ini juga berfungsi sebagai media edukasi yang meningkatkan kesadaran dalam mencatat pengeluaran, mengatur keuangan, dan memperluas literasi keuangan digital. Dengan demikian, teknologi ini membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih efektif dan cerdas. Semakin intens mahasiswa menggunakan aplikasi keuangan digital (FinTech) seperti e-wallet atau mobile banking dalam aktifitas sehari-hari terutama dalam hal pencatatan keuangan dan transaksi digital, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (Gulo & Hendrajaya, 2025) menunjukkan bahwa frekuensi dan motivasi penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi (FinTech) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk juga dalam pencatatan pengeluaran dan penyusunan anggaran yang lebih terstruktur.

Pengaruh Paparan Media sosial terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Hasil analisis menunjukkan bahwa Paparan Media Sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Koefisien negatif ini menunjukkan semakin tinggi mahasiswa terkena paparan media sosial, yang berkaitan dengan tren konsumtif, gaya hidup dan promosi yang tersebar luas, maka semakin rendah kemampuan dalam mengontrol pengeluaran dan merencanakan anggaran. Konten yang ditampilkan di media sosial seperti promosi produk, endorsement influencer, hingga gaya hidup konsumtif yang ditampilkan secara terus-menerus dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan. Kondisi ini juga dikaitkan dengan Fear Of Missing Out (FOMO), dimana secara individu merasa perlu mengikuti tren agar tidak tertinggal secara sosial. Perasaan cemas yang dirasakan individu ketika merasa tertinggal dari tren sosial yang sedang berlangsung membuat mahasiswa cenderung terdorong mengikuti tren demi menjaga eksistensi sosialnya. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2026), bahwa dampak pemasaran media sosial berpengaruh negatif terhadap kesejahteraan finansial mahasiswa, yang menunjukkan bahwa paparan pemasaran media sosial yang lebih tinggi dikalangan mahasiswa dikaitkan dengan penurunan kesejahteraan pengelolaan keuangan mahasiswa. Dengan begitu paparan konten media sosial yang intens dapat memperkuat perilaku konsumtif dan menghambat kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi dengan baik.

Pengaruh Kebiasaan Belanja terhadap Pengelolaan Keuangan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kebiasaan Belanja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecenderungan mahasiswa melakukan aktivitas belanja, terutama yang bersifat tidak terencana, maka semakin rendah kemampuan mereka dalam mengontrol kondisi keuangan pribadi. Fenomena ini berkaitan erat dengan perubahan pola konsumsi di era digital. Kemudahan dalam penggunaan e-money, layanan pembayaran online, serta akses ke berbagai platform marketplace telah mengurangi hambatan dalam melakukan transaksi. Secara psikologis, sistem pembayaran digital cenderung menurunkan kesadaran individu terhadap jumlah uang yang dikeluarkan, sehingga memicu peningkatan perilaku konsumtif. Selain itu, keberadaan fitur seperti e-wallet dan pay later semakin memperkuat kecenderungan pembelian impulsif. Mahasiswa dapat melakukan transaksi dengan cepat

tanpa harus mempertimbangkan kondisi keuangan secara matang. Kondisi ini menyebabkan pengeluaran menjadi tidak terkontrol dan berpotensi mengganggu stabilitas keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Kebiasaan belanja yang tinggi juga sering kali dipengaruhi oleh dorongan gaya hidup dan tren konsumsi yang berkembang di lingkungan sosial, termasuk media sosial. Dalam situasi ini, mahasiswa cenderung mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan perencanaan keuangan yang rasional, sehingga prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang baik seperti penganggaran, pengendalian pengeluaran, dan prioritas kebutuhan sering diabaikan.

Temuan lain yang relevan oleh (Nurhayati et al., 2026) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap kesejahteraan finansial mahasiswa di Medan. Hasil ini menunjukkan ketika mahasiswa dipengaruhi oleh keinginan untuk memenuhi gaya hidup dan mengikuti tren konsumsi di media sosial cenderung mengabaikan prinsip pengelolaan keuangan yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis serta pembahasan di penelitian ini, dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut ini. Penggunaan Aplikasi Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y). Paparan Media Sosial (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y). Kebiasaan Belanja (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y). Secara simultan, Penggunaan Aplikasi Keuangan, Paparan Media Sosial, dan Kebiasaan Belanja berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi keuangan berperan positif dalam meningkatkan pengelolaan keuangan mahasiswa, sementara paparan media sosial dan kebiasaan belanja justru berdampak negatif, maka saran yang dapat diberikan penulis sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa, untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan pribadi dengan memanfaatkan aplikasi keuangan secara optimal, tidak hanya sebagai alat

transaksi tetapi juga sebagai sarana pencatatan dan perencanaan anggaran. Selain itu, mahasiswa perlu membatasi paparan konten konsumtif di media sosial serta meningkatkan kontrol diri dalam berbelanja, terutama terhadap pembelian yang bersifat impulsif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa, seperti literasi keuangan, kontrol diri, financial attitude, serta tingkat pendapatan. Selain itu, penelitian juga dapat menggunakan variabel mediasi atau moderasi untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai hubungan antar variabel dalam perilaku keuangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfitriyani, D. (2023). The Influence of Social Media on Student Consumptive Behavior: Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Terekam Jejak*, 1, 1–9.
- Aarif Budiartio, Norviadewi, Suinyoto, Ratih Piratiwi, & Kusumaningrum, R. (2023). The Role of Financial Management and Digital Marketing in Efforts to Increase Sales Turnover for MSiMEs in Traditional Markets. *IQTISI HODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 623–634. <https://doi.org/10.54471/iqtisihoduna.v12i2.2299>
- Assiyfa, L. N. (2020). PENGARUH UANG SAKU, GENDER DAN KEMAMPUAN AKADEMIK TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA AKUNTANSI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 01(01), 109–119. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/priisma>
- Choirina, N. W., & Priasetia, S. S. (2025). Pengaruh Aplikasi Pengelolaan Keuangan pada Pengembangan Kompetensi Mahasiswa dalam Meminimalisir Pengeluaran Pribadi. *Jurnal Maitara Ilmu Akuntansi*, 3(1), 139–150. <https://doi.org/10.55606/jumia.v3i1.3551>
- Deiwi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141–156. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Fatun. (2024). PERUBAHAN KEBIASAAN BELANJA MASYARAKAT INDONESIA DI ERA

- DIGITAL: PELIUNG DIAN TAIANTANGAN EKIONOMI. Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 03, 405–417. <https://doi.org/10.1002/9781119220589.ch32>
- Fitriani, Y. (2021). ANAILISA PEMANFIAATAN APLIKIASI KEUiANGAN OiNLINE SEiBAGAI MEDIa UNiTUK MENGEiLOLA ATiAU MEMANiAJEMEN KiEUANGAN. Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research., 5(2), 454–461. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2>
- Gulo, N. K., & Heindrajaya. (2025). Pengaruh Finanical Tecihnology teirhadap Perilaku Keuangan Mahasiiswa di Eira Digiital. Journal of Education, Huimaniora and Soicial Sciencens (JEHSS), 7(4), 1630–1636. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i4.2626>
- Hatimatuninisani, H., Siandi Aryianti, S., Pancaiwati, K., Eri Sutrisno, K., & Hermawan, W. (2024). Pengaruh Meidia Soisial Dain Foimo Finansiaal Terhadia Maniajemen Keuangan Priibadi Mahasiiswa. Jurnal Ekoinomi Bisniis Dain Manajiemem (Eko-Bisma), 3(2), 313–320. <https://doi.org/10.58268/eb.v3i2.122>
- Irawiati, R., & Kiasemetan, S. L. E. (2023). Litierasi Keuangan, Gaiya Hiidup, Siikap Keuangan Terihadap Perilaku Pengeilolaan Kieuangan Mahasiswa. Jurnal EMA - Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, 8(1), 32–42. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.312>
- Kairtini, Azihari Hariahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wiahyu Tami Br Rambe, S. (2020). Teori dalam Peneliitian Mediiia. Jurnal Edukasi Nonformal, 3(2), 136–140.
- Khasainah, E. N., & Ardiansyah, A. (2025). Daimpak Soisial Miedia terihadap Gaiya Hiidup dain Keuangan Geinerasi Z. Proisiding Seminar Nasional Maniajemen, 4(2), 2702–2708.38+Amelia+Intan+Prasasti+Hal+723-726
- Nurhiayati, Tanjung, A. A., Ardiansyah, M. I., & Muliyani. (2026). Jurnal Mainajemen (Edisi Elektrionik). Jurnal Mainajemen (Edisi Elektronik), 17(1), 180–192. <https://doi.org/10.32832/jmuika.v17i1.21636>
- Ridiarsih, Trisina Susanti, L., & Niovita Pasariibu, P. (2024). Thie Impiact of Soicial Mediiia Miarketing on Purchasing Decision of Local Cosmetics: A Study on Female Students of UIKA Bogor. 2(December), 118–134.
- Sri Wahiyuni, N., & Istiana. (2022). Peingaruh Belanja Oinline Di Miedia Soisial Terhadap Peirilaku Konsumtif Padia Maihasiswa. Juurnal Penelitian Piendidikan, Psikologi Dan Kesehatan, 3(2), 165–168. www.jurnalp3k.com/index.php/J-P3K/index