

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MELALUI POLA KONSUMSI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI

Shafa Salsabila Rabani¹, Edi Fitriana Afriza², Gugum Gumilar³
212165012@student.unsil.ac.id¹, edifitriana@unsil.ac.id², gugumgumilar@unsil.ac.id³
Universitas Siliwangi

ABSTRAK

Masalah dalam penelitian ini yaitu tingginya permasalahan keputusan keuangan mahasiswa yang dipengaruhi oleh penggunaan e-commerce dan pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-commerce terhadap keputusan keuangan melalui pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2023–2024 sebanyak 283 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 166 mahasiswa yang diambil menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis jalur (path analysis), dan uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi dan keputusan keuangan. Selain itu, pola konsumsi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan. Hasil uji Sobel menunjukkan bahwa pola konsumsi mampu memediasi pengaruh e-commerce terhadap keputusan keuangan

Kata Kunci: E-Commerce, Pola Konsumsi, Keputusan Keuangan.

ABSTRAK

The problem in this study is the high level of students' financial decision-making problems influenced by the use of e-commerce and consumption patterns among Economic Education students at Universitas Siliwangi. This study aims to determine the effect of e-commerce usage on financial decisions through consumption patterns of Economic Education students at Siliwangi University. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study consists of 283 students of Economic Education at Siliwangi University from the 2023–2024 cohort, with a sample of 166 students selected using proportionate stratified random sampling technique. Data collection was carried out through questionnaires, while data analysis used classical assumption tests, path analysis, and the Sobel test. The results show that e-commerce usage has a positive and significant effect on consumption patterns and financial decisions. In addition, consumption patterns also have a significant effect on financial decisions. The Sobel test results indicate that consumption patterns are able to mediate the effect of e-commerce usage on financial decisions.

Keywords: E-Commerce, Consumption Patterns, Financial Decisions.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan konsumsi masyarakat. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah munculnya *e-commerce* yang memberikan kemudahan bagi individu untuk membeli berbagai produk dan jasa hanya melalui perangkat digital seperti smartphone atau komputer. Menurut (Ariga, 2020), *e-commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan produk melalui internet yang dilakukan secara elektronik. Kemudahan akses, fleksibilitas waktu, serta banyaknya pilihan produk menjadikan *e-commerce* semakin populer, terutama di kalangan mahasiswa sebagai bagian

dari generasi digital.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan perkembangan *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Tingginya penggunaan *platform* seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan Lazada menunjukkan bahwa aktivitas belanja online telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Namun, di balik kemudahan tersebut, penggunaan *e-commerce* juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi individu. Berbagai promosi, diskon, dan fitur pembayaran digital sering kali mendorong terjadinya pembelian impulsif dan perilaku konsumtif.

Mahasiswa seharusnya memiliki kemampuan dalam mengelola konsumsi dan mengambil keputusan keuangan secara rasional. Akan tetapi, kemudahan berbelanja online sering menyebabkan mahasiswa kurang mampu mengontrol pengeluaran dan lebih mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan. Menurut (Nuriyanto et al., 2019), pola konsumsi merupakan susunan kebutuhan manusia yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam perkembangannya, pola konsumsi tidak jarang mengarah pada perilaku konsumtif yang berdampak pada keputusan keuangan yang kurang bijak (Musfiroh et al., 2025).

Keputusan keuangan merupakan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki. Menurut Pratiwi dan Widiastuti (2020), keputusan keuangan adalah aktivitas memilih alternatif penggunaan dana dengan mempertimbangkan manfaat dan risiko agar tujuan finansial dapat tercapai secara optimal. Dalam konteks mahasiswa, keputusan keuangan berkaitan dengan kemampuan mengatur pengeluaran, menentukan prioritas kebutuhan, serta mengelola keuangan secara bijak.

Tabel 1
Hasil Pra Penelitian

No	! Butir Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	! Apakah Anda sering membeli barang yang tidak direncanakan saat berbelanja di <i>e-commerce</i> ?	97,6%	2,4%
2.	∑ Apakah Anda merasa lebih konsumtif sejak mulai rutin menggunakan <i>e-commerce</i> ?	100%	-
3.	∑ Apakah Anda memiliki kebiasaan membandingkan harga sebelum memutuskan membeli di <i>e-commerce</i> ?	100%	-
4.	∑ Apakah Anda membuat anggaran khusus untuk belanja online setiap bulan?	2,4%	97,6%
5.	∑ Apakah Anda pernah menunda kebutuhan penting karena uang habis untuk belanja online?	92,7%	7,3%
6.	∑ Apakah Anda merasa mampu mengendalikan keuangan pribadi meskipun sering berbelanja di <i>e-commerce</i> ?	9,8%	90,2%

Hasil *pra*-penelitian terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi menunjukkan bahwa mayoritas responden sering melakukan pembelian tidak terencana saat berbelanja online dan merasa menjadi lebih konsumtif sejak menggunakan *e-*

commerce. Selain itu, sebagian besar mahasiswa tidak memiliki anggaran khusus untuk belanja *online* dan mengalami kesulitan dalam mengendalikan keuangan pribadi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi dan keputusan keuangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap keputusan keuangan melalui pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2023–2024.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei eksplanatori. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap keputusan keuangan melalui pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Populasi penelitian terdiri dari 283 mahasiswa angkatan 2023 dan 2024, dengan jumlah sampel sebanyak 166 responden yang ditentukan menggunakan teknik probability sampling melalui proportionate stratified random sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap keputusan keuangan melalui pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan software SPSS versi 24. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2.

Ringkasan Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Unstandarized Residual	0,079	Normal

Sumber: Data Diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear. Hasil pengujian linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi deviation from linearity lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hubungan antara variabel penggunaan *e-commerce*, pola konsumsi, dan keputusan keuangan dinyatakan linear. Hasil Uji Linearitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3.
Ringkasan Hasil Uji Linearitas

Variabel		Deviantion from linearity (sig)	Kesimpulan
Independent	Dependent		
E-Commerce	Keputusan Keuangan	0,417	Linier
Pola Konsumsi		0,153	Linier

Sumber: Data Diolah, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan uji linearitas pada tabel diatas, pada variabel e-commerce diperoleh nilai sebesar 0,417 dan variabel pola konsumsi sebesar 0,153. Dengan begitu nilai *deviantion from linearity (sig)* >0,05, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki hubungan yang linier pada variabel dependen

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS versi 24. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4.
Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Kesimpulan
E-Commerce	0,909	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pola Konsumsi	0,053	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel penggunaan e-commerce terhadap keputusan keuangan melalui pola konsumsi.

Tabel 5.
Rangkuman Hasil Uji Pengaruh Langsung

Variabel		Sig.	Kesimpulan
Independent	Dependen		
E-commerce	Pola Konsumsi	0.000	H0 ditolak
E-commerce	Keputusan Keuangan	0.000	H0 ditolak
Pola Konsumsi	Keputusan Keuangan	0.000	H0 ditolak

Sumber: Data Diolah, 2026

Berdasarkan hasil tabel diatas, sig < 0,05 uji path analysis (pengaruh langsung) maka dapat disimpulkan bahwa:

- Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap pola konsumsi pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi
- Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap keputusan keuangan pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi
- Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh pola konsumsi terhadap keputusan keuangan pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pengaruh Tidak Langsung E-Commerce terhadap Keputusan Keuangan melalui Pola Konsumsi

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan menggunakan uji Sobel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pola konsumsi mampu memediasi pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap keputusan keuangan mahasiswa.

Tabel 6.
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (Uji Sobel)

Variabel			Nilai Z-Sobel	Keterangan
Independen	Intervening	Dependen		
E-Commerce	Pola Konsumsi	Keputusan Keuangan	3,679	H0 ditolak

Sumber: Data Diolah, 2026.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak hanya memengaruhi keputusan keuangan secara langsung, tetapi juga melalui perubahan pola konsumsi mahasiswa.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. Kemudahan akses, berbagai promo, diskon, dan fitur pembayaran digital dalam *e-commerce* mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara lebih sering. Kondisi ini menyebabkan mahasiswa cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih konsumtif. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Nugraha dan Arijanto (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi generasi Z.

Selain itu, penggunaan *e-commerce* juga terbukti berpengaruh terhadap keputusan keuangan mahasiswa. Kemudahan transaksi dan beragam penawaran menarik membuat mahasiswa lebih mudah mengambil keputusan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan prioritas secara matang. Hasil penelitian ini mendukung teori *Behavioral Finance* yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosional, dan lingkungan sosial. Dalam konteks ini, mahasiswa cenderung melakukan keputusan keuangan berdasarkan dorongan emosional akibat pengaruh promosi dan kemudahan bertransaksi di platform *e-commerce*.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pola konsumsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pola konsumsi rasional dan mampu mengendalikan pengeluaran cenderung memiliki keputusan keuangan yang lebih baik. Sebaliknya, mahasiswa dengan pola konsumsi konsumtif akan lebih sulit mengelola keuangan secara bijak. Hasil ini menunjukkan bahwa pola konsumsi menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa.

Selanjutnya, hasil uji Sobel menunjukkan bahwa pola konsumsi mampu memediasi pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap keputusan keuangan. Hal ini berarti penggunaan *e-commerce* dapat memengaruhi keputusan keuangan mahasiswa melalui

perubahan pola konsumsi yang terbentuk. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan *e-commerce* tanpa pengendalian yang baik, maka kecenderungan pola konsumsi konsumtif akan meningkat dan berdampak pada keputusan keuangan yang kurang rasional. Oleh karena itu, mahasiswa perlu memiliki literasi keuangan dan pengendalian diri yang baik agar mampu memanfaatkan *e-commerce* secara bijak dan tidak terjebak pada perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, penggunaan *e-commerce* terbukti berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Semakin tinggi intensitas penggunaan *e-commerce*, maka pola konsumsi mahasiswa cenderung semakin konsumtif. Selain itu, penggunaan *e-commerce* juga berpengaruh terhadap keputusan keuangan mahasiswa, yang menunjukkan bahwa aktivitas berbelanja melalui platform digital dapat memengaruhi cara mahasiswa dalam mengelola serta mengambil keputusan keuangan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pola konsumsi berpengaruh terhadap keputusan keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Pola konsumsi yang baik dan rasional dapat menghasilkan keputusan keuangan yang lebih tepat. Di samping itu, pola konsumsi mampu menjadi variabel intervening dalam hubungan antara penggunaan *e-commerce* dan keputusan keuangan. Dengan demikian, penggunaan *e-commerce* memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan keuangan mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui perubahan pola konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariga, R. A. (2020). Buku Ajar - Google Books (p. 168).
- Musfiroh, L., Agustianingsih, D., & Rizky, M. F. (2025). Pengaruh E-Commerce Shopee Terhadap Pola. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 208–220.
- Nugraha, S. A. A., & Arijanto, S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-commerce dan Perilaku Konsumen terhadap Pola Konsumsi Generasi Z. In *Prosiding Diseminasi FTI* (pp. 1–12).
- Nuriyanto, M. Z., Abidin, Z., Syahfiar, A., Firmansyah, F. A., Rianto, W. J. F., Prasetyono, I., Pahlevi, F. N., Ikhsan, F. A., & Kurnianto, F. A. (2019). Analisis Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Geografi Universitas Jember Angkatan 2018. *Jurnal Universitas Jember*, 2(2), 1–13.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.