

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Sosial dan Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Data penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang didapatkan melalui *google form* dengan jumlah responden sebanyak 119 responden yang merupakan Mahasiswa Program Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Data variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif dan variabel bebas yaitu *e-commerce* shopee, uang saku dan gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Selain data variabel penelitian, diperoleh juga informasi mengenai karakteristik responden. Deskripsi data secara lebih rinci disajikan sebagai berikut:

5.1.1 Karakteristik Sosial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Karakteristik Sosial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk melengkapi data penelitian dan mengetahui latar belakang dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Karakteristik sosial Mahasiswa meliputi jenis kelamin, usia, tempat tinggal, jumlah tanggungan orang tua, program studi dan angkatan.

5.1.1.1 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis tahun Angkatan 2020-2024 berjenis kelamin Laki-laki dan Perempuan. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.1 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Laki-laki	19	16
Perempuan	100	84
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan analisis tabel 5.1 dapat diketahui bahwa dari 119 mahasiswa pada penelitian ini, mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 19 mahasiswa dengan persentase sebesar 16 persen, sedangkan mahasiswa yang berjenis kelamin Perempuan yaitu berjumlah 100 mahasiswa dengan persentase 84 persen. Berdasarkan data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa dalam penelitian ini berjenis kelamin Perempuan.

5.1.1.2 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Usia

Mahasiswa dalam penelitian ini dengan rentang usia rata-rata usia 21 tahun dapat dikatakan tergolong dalam usia remaja. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.2 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
18-19	7	6
20-21	69	58
22-23	42	35
24-25	1	1
Total	119	100
Rata-rata Usia Mahasiswa 21 Tahun		

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.2 diatas rata-rata rentang usia mahasiswa pada penelitian ini 21 tahun. Mahasiswa dengan rentang usia 18-19 tahun yaitu berjumlah 7 mahasiswa dengan persentase sebesar 6 persen, mahasiswa dengan rentang usia 20-21 tahun merupakan rentang usia terbanyak pada penelitian ini yaitu berjumlah 69 mahasiswa dengan persentase sebesar 58 persen, mahasiswa dengan rentang usia 22-23 tahun berjumlah 42 mahasiswa dengan persentase sebesar 35 persen, dan mahasiswa dengan rentang usia 24-25 tahun merupakan rentang usia paling sedikit dalam penelitian ini yaitu 1 mahasiswa dengan persentase 1 persen.

5.1.1.3 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Tempat Tinggal

Mahasiswa dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang tinggal Bersama orang tua dan juga yang tinggal dikos. Karakteristik mahasiswa berdasarkan tempat tinggal ini ditujukan untuk mengetahui mayoritas tempat tinggal mahasiswa yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5.3 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Bersama Orang Tua	67	56
Kos	52	44
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.3 diatas dapat diketahui tempat tinggal mahasiswa dalam penelitian ini. Mahasiswa yang bertempat tinggal Bersama orang tua berjumlah 67 mahasiswa dengan persentase sebesar 56 persen sedangkan mahasiswa yang bertempat tinggal dikos yaitu berjumlah 52 mahasiswa dengan persentase sebesar 44 persen. Berdasarkan data ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa dalam penelitian ini yaitu bertempat tinggal Bersama Orang Tua.

5.1.1.4 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jumlah Tanggungan Orang Tua

Dalam penelitian ini, karakteristik mahasiswa salah satunya dilihat dari jumlah tanggungan orang tua. Jumlah tanggungan merujuk pada berapa banyak anggota keluarga yang menjadi ttanggungan orang tua, baik itu anak maupun anggota keluarga lainnya. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan jumlah tanggungan orang tua dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.4 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jumlah Tanggungan Orang Tua

Jumlah Tanggungan Orang Tua	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
1-2	79	66
3-4	35	29
5-6	4	3
7-8	1	1
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel 5.4 diatas dapat diketahui bahwa mahasiswa dalam penelitian ini memiliki jumlah tanggungan orang tua yang berbeda-beda. Mahasiswa dengan jumlah tanggungan orang tua 1-2 orang memiliki jumlah 79 mahasiswa dengan persentase 66 persen, menunjukkan bahwa Sebagian besar orang tua mahasiswa menanggung sedikit tanggungan dikeluarga. Kemudian sebanyak 35 mahasiswa dengan persentase 29 persen berasal dari keluarga dengan jumlah tanggungan 3-4 orang. Selanjutnya mahasiswa dengan jumlah tanggungan orang tua 5-6 orang memiliki 4 mahasiswa dengan persentase 3 persen. Terakhir yaitu jumlah tanggungan 7-8 orang memiliki jumlah paling sedikit yaitu 1 mahasiswa dari keseluruhan dengan persentase 1 persen.

5.1.1.5 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Program Studi

Karakteristik mahasiswa berdasarkan Program Studi penting dilakukan dalam penelitian ini agar dapat diketahui program studi mana yang paling dominan dalam sampel penelitian ini. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan Program studi dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.5 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Akuntansi	28	24
Manajemen	28	24
Ekonomi Islam	20	17
Ekonomi Pembangunan	31	26
Kewirausahaan	6	5
Bisnis Digital	6	5
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.5 diatas dapat diketahui mahasiswa berdasarkan program studi dalam penelitian ini dapat diuraikan yaitu jumlah mahasiswa terbanyak berasal dari Program Studi Ekonomi Pembangunan yaitu sebanyak 31 mahasiswa dengan persentase sebesar 26 persen dari keseluruhan mahasiswa. Mahasiswa dari program studi Akuntansi sama dengan jumlah mahasiswa dari program studi Manajemen sebanyak 28 mahasiswa dengan persentase sebesar 24 persen. Selanjutnya mahasiswa yang berasal dari program studi Kewirausahaan juga sama dengan jumlah mahasiswa dari program studi Bisnis Digital yaitu berjumlah 6 mahasiswa dengan persentase sebesar 5 persen.

5.1.1.6 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Angkatan

Mahasiswa dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Aktif jenjang S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Mahasiswa dalam penelitian ini yaitu tahun Angkatan 2020-2024. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan tahun angkatan dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.6 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
2020	1	1
2021	51	43
2022	41	34
2023	21	18
2024	5	4
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.6 dapat diuraikan yaitu mahasiswa dari tahun Angkatan 2020 berjumlah 1 mahasiswa dengan persentase sebesar 1 persen, yang merupakan jumlah mahasiswa yang paling sedikit dalam penelitian ini. Mahasiswa dari tahun Angkatan 2021 merupakan mahasiswa terbanyak dalam penelitian ini yakni berjumlah 51 mahasiswa dengan persentase 43 persen, kemudian mahasiswa dari Angkatan 2022 berjumlah 41 mahasiswa dengan persentase 34 persen, selanjutnya mahasiswa dari Angkatan 2023 berjumlah 21 mahasiswa dengan persentase 18 persen, dan yang terakhir mahasiswa dari Angkatan tahun 2024 jumlah mahasiswa yaitu 5 mahasiswa dengan persentase 4 persen.

5.1.2 Karakteristik Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Karakteristik Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui kondisi ekonomi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Karakteristik ekonomi Mahasiswa meliputi pendapatan orang tua mahasiswa perbulan, sumber pendapatan (uang saku) mahasiswa dan jumlah pendapatan (uang saku) yang dimiliki mahasiswa perbulan.

5.1.2.1 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Pendapatan Orang Tua Perbulan

Mahasiswa dalam penelitian ini tentunya berasal dari berbagai macam kondisi ekonomi keluarga, maka karakteristik ini bertujuan untuk mengetahui

pendapatan Orang tua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis perbulan. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan pendapatan orang tua dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.7 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Pendapatan Orang Tua Perbulan

Pendapatan Orang Tua	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
<Rp 1.000.000	7	6
Rp 1.000.000-Rp. 2.500.000	35	29
Rp 2.500.000-Rp. 4.000.000	41	34
Rp 4.000.000-Rp 6.000.000	22	18
>Rp 6.000.000	14	12
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan disajikan dalam tabel 5.7, dapat diketahui bahwa mahasiswa dalam penelitian ini memiliki latar ekonomi keluarga yang bervariasi, yang dilihat dari jumlah pendapatan Orang Tua perbulan. Mahasiswa dengan pendapatan orang tua dibawah Rp 1.000.000 memiliki jumlah 7 mahasiswa dengan persentase 6 persen yang mana termasuk dalam kategori ekonomi keluarga rendah. Mahasiswa dengan pendapatan orang tua Rp 1.000.000-Rp. 2.500.000 memiliki jumlah 35 mahasiswa dengan persentase 29 persen. Kemudian mahasiswa dengan pendapatan orang tua Rp 2.500.000-Rp. 4.000.000 masuk kedalam kategori pendapatan keluarga menengah memiliki jumlah mahasiswa terbanyak yaitu 41 mahasiswa dengan persentase 34 persen dari jumlah keseluruhan responden. Selanjutnya, mahasiswa dengan pendapatan orang tua Rp 4.000.000-Rp 6.000.000 memiliki jumlah 22 mahasiswa dengan persentase 18 persen merupakan kategori pendapatan menengah keatas. Sementara itu, mahasiswa dengan pendapatan orang tua diatas Rp 6.000.000 merupakan kategori ekonomi keluarga tinggi memiliki jumlah 14 mahasiswa dengan persentase 12 persen.

5.1.2.2 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Sumber Pendapatan (Uang Saku) yang diperoleh

Pendapatan mahasiswa dalam penelitian ini tentunya berasal dari beberapa sumber, ada yang berasal dari pemberian orang tua, ada juga berasal dari beasiswa dan bahkan ada juga mahasiswa yang bekerja dan mendapatkan uang saku dari gaji, maka karakteristik ini bertujuan untuk mengetahui sumber pendapatan (uang saku) mahasiswa. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan pendapatan orang tua dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.8 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Sumber Pendapatan (Uang Saku)

Sumber Uang Saku	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Pemberian Orang Tua	84	71
Beasiswa	22	18
Gaji dari Bekerja	13	11
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5.8 dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa dalam penelitian ini sebanyak 84 mahasiswa dengan persentase 71 persen memperoleh uang saku dari pemberian orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar mahasiswa dalam penelitian ini masih bergantung secara finansial kepada orang tua. Kemudian sebanyak 22 mahasiswa dengan persentase 18 persen, mendapatkan uang saku dari program bantuan Pendidikan selama diperkuliahan yaitu beasiswa. Sementara itu terdapat 13 mahasiswa dari keseluruhan memperoleh uang saku dari gaji hasil bekerja, artinya Sebagian kecil responden dalam penelitian ini sudah memiliki penghasilan sendiri dan mandiri secara ekonomi.

5.1.2.3 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jumlah Pendapatan (Uang Saku) yang dimiliki Mahasiswa Perbulan

Karakteristik mahasiswa berdasarkan Jumlah pendapatan (uang saku) penting dilakukan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui berapa jumlah uang saku yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis setiap bulannya. Adapun karakteristik mahasiswa berdasarkan Jumlah pendapatan (uang saku) dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 5.9 Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jumlah Pendapatan (Uang Saku) yang dimiliki Mahasiswa Perbulan

Jumlah Uang Saku	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Rp 500.000-Rp 1.000.000	42	35
Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	20	17
Rp 1.500.000-Rp 2.000.000	29	24
Rp 2.000.000-Rp 2.500.000	27	23
Rp 2.500.000-Rp 3.000.000	1	1
Total	119	100

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5.9 yang sudah dijelaskan diatas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan (uang saku) setiap bulannya terbagi menjadi 5 kelompok diantaranya dengan jumlah uang saku Rp 500.000-Rp 1.000.000 memiliki jumlah mahasiswa terbanyak yaitu 42 mahasiswa dengan persentase sebesar 35 persen. Lalu diikuti jumlah uang saku yang kedua Rp 1.000.000-Rp 1.500.000 dengan jumlah mahasiswa yaitu 20 mahasiswa dengan persentase sebesar 17 persen. Kemudian Jumlah uang saku yang ketiga yaitu Rp 1.500.000-Rp 2.000.000 memiliki Jumlah mahasiswa sebanyak 29 mahasiswa dengan persentase 24 persen dari keseluruhan mahasiswa. Yang keempat yaitu jumlah uang saku Rp 2.000.000-Rp 2.500.000 memiliki jumlah mahasiswa yaitu 27 mahasiswa dengan persentase 23 persen. Jumlah uang saku yang terakhir yaitu Rp 2.500.000-Rp 3.000.000 merupakan jumlah uang saku yang memiliki mahasiswa paling sedikit

yaitu 1 mahasiswa dari keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata mahasiswa memiliki Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki jumlah uang saku Rp 500.000-Rp 1.000.000 untuk satu bulannya.

5.2 Hasil Analisis Data

5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah sebuah Teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependen). Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu bagaimana pengaruh *e-commerce* shhopee, uang saku dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan persamaan uji regresi linier berganda. Hasil analisis regresi liner berganda dapat dilihat pada tabel 5.10 berikut:

Tabel 5.10 Hasil Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.333487	3.383109	2.167677	0.0322
<i>E-Commerce</i> Shopee	0.043906	0.092090	0.476773	0.6344
Uang Saku	1.430884	0.371982	3.846646	0.0002
Gaya Hidup	0.711032	0.064176	11.07945	0.0000

Sumber : Data diolah Eviews 10, 2025

Berdasarkan tabel 5.10 diatas, diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan memasukkan koefisienn regresi linier berganda dalam bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7.333487 + 0.043906 (E-Commerce Shopee) + 1.430884 (Uang Saku) + 0.711032 (Gaya Hidup)$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (Y) sebesar 7.333487 yang artinya ketika *e-commerce* shopee, uang saku dan gaya hidup dianggap tetap atau sama dengan 0, maka perilaku konsumtif mahasiswa meningkat 7 satuan dalam skala *likert*.
2. Nilai koefisien *e-commerce* shopee (X_1) sebesar 0.043906. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *e-commerce* shopee dan variabel perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. Koefisien *e-commerce* shopee ini memiliki arti ketika *e-commerce* shopee meningkat satu satuan (dalam skala *likert*), sementara uang saku dan gaya hidup dianggap tetap atau sama dengan 0, maka perilaku konsumtif mengalami peningkatan sebesar 0.4 satuan dalam skala *likert*.
3. Nilai koefisien uang saku (X_2) sebesar 1.430884. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel uang saku dan variabel perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. Koefisien uang saku ini memiliki arti ketika uang saku mahasiswa meningkat Rp. 1, sementara *e-commerce* shopee dan gaya hidup dianggap tetap atau sama dengan 0, maka perilaku konsumtif mengalami peningkatan sebesar 1.4 satuan dalam skala *likert*.
4. Nilai koefisien gaya hidup (X_3) sebesar 0.711032. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel gaya hidup dan variabel perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. Koefisien gaya hidup ini memiliki arti ketika gaya hidup mahasiswa meningkat satu satuan (dalam skala *likert*), sementara *e-commerce* shopee dan uang saku dianggap tetap atau sama dengan 0, maka perilaku konsumtif mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar 0.7 satuan dalam skala *likert*.

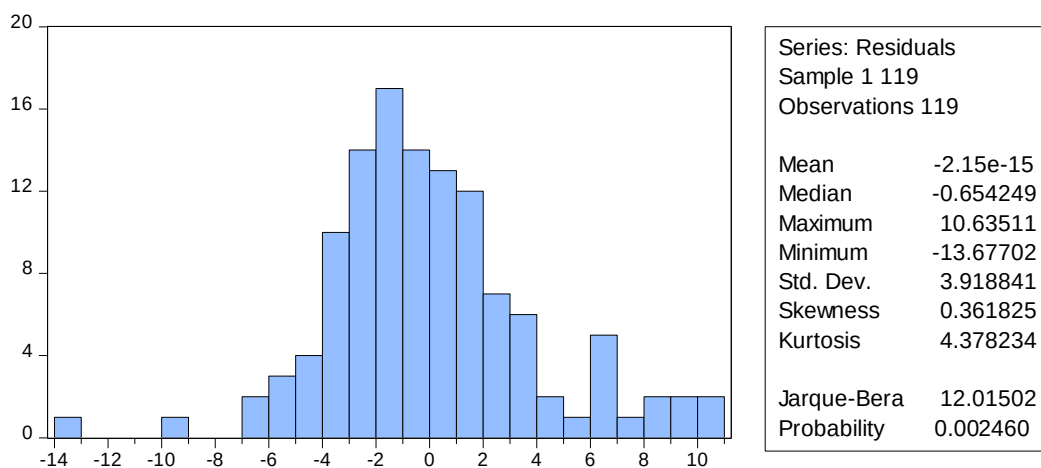
5.2.2 Uji Asumsi Klasik

5.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan

cara: Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara Melihat nilai *skewness kurtosis*, dimana data dianggap berdistribusi normal apabila nilai koefisien *skewness* kurang dari berada diantara -2 hingga 2, nilai koefisien pada *kurtosis* berada diantara -7 hingga 7 maka data dianggap berdistribusi normal.

Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah Eviews 10, 2025

Berdasarkan Gambar 5.1 berisi Hasil Uji Normalitas, Dimana dasar pengambilan Keputusan untuk normalitas data dengan menggunakan nilai *skewness kurtosis*, pada gambar 5.1 diperoleh nilai *skewness* sebesar 0.361825 yang mana data dianggap berdistribusi normal karena nilainya berada diantara -2 hingga 2 dan nilai koefisien pada *kurtosis* yaitu 4.378234 berada diantara -7 dan hingga 7 maka data tersebut juga dianggap berdistribusi normal.

5.2.2.2 Uji Autokorelasi

Untuk mendapatkan regresi yang baik maka data harus bebas dari autokorelasi atau tidak boleh terjadi autokorelasi. Pemeriksaan autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan metode Durbin-Watson, dimana jika nilai DW diantara -2 sampai 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 5.11 Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.723227	Mean dependent var	30.06723
Adjusted R-squared	0.716006	S.D. dependent var	7.448957
S.E. of regression	3.969627	Akaike info criterion	5.628257
Sum squared resid	1812.163	Schwarz criterion	5.721673
Log likelihood	-330.8813	Hannan-Quinn criter.	5.666190
F-statistic	100.1675	Durbin-Watson stat	1.733773
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah Eviews, 2025

Dari hasil pengujian pada tabel 5.11 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1.733773 yang berarti dengan melihat kriteria pengambilan keputusan, maka dalam model regresi ini tidak terjadi autokorelasi karena nilai berada diantara -2 hingga 2. Maka dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

5.2.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independenn atau variabel bebas. Untuk menemukan ada tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat diketahui dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model yang baik tidak terdapat multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas secara ringkas disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	11.44542	86.43297	NA
<i>E-Commerce</i> Shopee	0.008481	92.60656	1.107119
Uang Saku	0.138371	7.481427	1.529816
Gaya Hidup	0.004119	28.73177	1.657491

Sumber : Data diolah Eviews, 2025

Tabel 5.12 menunjukkan hasil dari uji multikolinieritas bahwa seluruh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari penelitian ini kurang dari 10 yaitu pada variabel *E-Commerce* shopee sebesar 1.107119, variabel Uang Saku sebesar 1.529816 dan

variabel Gaya Hidup sebesar 1.657491. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

5.2.2.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melakukan uji apakah sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dan residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi dikatakan baik yaitu jika tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heterokedastisitas dalam penelitian ini, dapat dilakukan dengan Uji Breusch-Pagan yaitu dengan melihat nilai signifikansi. Berikut hasil uji heterokedastisitas secara ringkas disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 5.13 Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	2.260418	Prob. F (3,115)	0.0852
Obs*R-squared	6.626383	Prob. Chi-Square (3)	0.0848
Scaled explained SS	10.45293	Prob. Chi-Square (3)	0.0151

Sumber: Data diolah Eviews, 2025

Berdasarkan tabel 5.13 hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan metode Breusch-Pagan-Godfrey menunjukkan bahwa nilai probabilitas Chi Square yaitu $0,0848 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas dengan tingkat signifikansi 5%.

5.2.3 Uji Hipotesis

5.2.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka perlu dicari nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variabel bebas secara bersama-sama menerangkan variabel terikat. Berikut tabel hasil koefisien determinasi:

Tabel 5.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.723227	Mean dependent var	30.06723
Adjusted R-squared	0.716006	S.D. dependent var	7.448957
S.E. of regression	3.969627	Akaike info criterion	5.628257
Sum squared resid	1812.163	Schwarz criterion	5.721673
Log likelihood	-330.8813	Hannan-Quinn criter.	5.666190
F-statistic	100.1675	Durbin-Watson stat	1.733773
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data diolah Eviews, 2025

Pada tabel 5.14 Uji nilai R-Square, apabila R^2 semakin besar atau semakin mendekati 1 maka semakin besar pula kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam model diatas, nilai R-Square menunjukkan angka 0,723227 atau 72%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dependen (Perilaku Konsumtif) dijelaskan oleh variabel independen (*E-Commerce* shopee, Uang Saku dan Gaya Hidup) mampu memberi kontribusi sebesar 72% dan sebesar 28% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model.

5.2.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*E-Commerce* shopee, uang saku dan gaya hidup) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis). Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$.

Tabel 5.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.723227	Mean dependent var	30.06723
Adjusted R-squared	0.716006	S.D. dependent var	7.448957
S.E. of regression	3.969627	Akaike info criterion	5.628257
Sum squared resid	1812.163	Schwarz criterion	5.721673
Log likelihood	-330.8813	Hannan-Quinn criter.	5.666190
F-statistic	100.1675	Durbin-Watson stat	1.733773
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data diolah Eviews, 2025

Berdasarkan Tabel 5.15 diketahui nilai Prob(F-statistic) sebesar 0.000000. Dalam hal ini $0,000000 < 0,05$. Maka hipotesis menyatakan bahwa *E-Commerce* Shopee, Uang Saku dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

5.2.3.3 Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T dilihat pada nilai Prob. yang terdapat pada output regresi, dengan menggunakan taraf signifikansi signifikansi 5% (0,05). Hasil Pengujian parsial dilakukan dengan menggunakan Eviews 10 didapatkan hasil uji t parsial dari variabel (*E-Commerce* Shopee, Uang Saku dan Gaya Hidup) terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif) hasil masing masing uji parsial dapat di jelaskan berikut ini :

Tabel 5.16 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.333487	3.383109	2.167677	0.0322
<i>E-Commerce</i> Shopee	0.043906	0.092090	0.476773	0.6344
Uang Saku	1.430884	0.371982	3.846646	0.0002
Gaya Hidup	0.711032	0.064176	11.07945	0.0000

Sumber : Data diolah Eviews, 2025

Berdasarkan tabel 5.16 hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa:

1. Nilai signifikasi variabel *E-Commerce* Shopee (X1) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,6344 > 0,05$. Hal ini berarti variabel *E-Commerce* Shopee tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Nilai signifikasi variabel Uang Saku (X2) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,0002 < 0,05$. Hal ini berarti variabel Uang Saku berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

3. Nilai signifikansi variabel Gaya Hidup (X3) terhadap Perilaku Konsumtif sebesar $0,0000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5.3 Pembahasan

5.3.1 Pengaruh *E-Commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, menunjukkan besaran koefisien regresi variabel *E-commerce* Shopee bertanda positif yaitu sebesar 0,0439 artinya *E-commerce* shopee berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Nilai positif disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi pengguna *E-commerce* Shopee maka semakin meningkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,6344 > 0,05$ artinya *E-commerce* shopee tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis X1 menolak H_a dan menerima H_o . Ditolaknya H_a dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* Shopee tidak selalu berpengaruh terhadap tinggi rendahnya tingkat perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Pramesti, 2024), dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tadris Ips Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta”. Dengan hasil penelitian yaitu menunjukkan tidak ada pengaruh *E-Commerce* Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tadris Ips Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, hal tersebut terbukti dengan nilai signifikansi t sebesar $(1,569 > 0,05)$ hal ini menunjukkan *E-Commerce* Shopee tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tadris Ips Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Terjadinya hubungan tidak searah antara *E-Commerce* Shopee dan perilaku konsumtif diartikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi masih melakukan konsumsi secara wajar dan tidak berlebih-lebihan meskipun terdapat kemudahan akses dalam menggunakan *E-Commerce* Shopee untuk belanja. Hal ini harus dipertahankan karena meskipun terdapat kemudahan mahasiswa harus tetap mampu mengimbangi serta memprioritaskan kebutuhan dasar mereka sehingga tidak menjadikan mereka berperilaku konsumtif.

5.3.2 Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, menunjukkan besaran koefisien regresi variabel Uang Saku bertanda positif, yaitu sebesar 1,4308 artinya Uang Saku berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Nilai positif disini dapat diartikan bahwa semakin banyak Uang Saku maka semakin meningkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,0002 < 0,05$ artinya Uang Saku berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis H_2 menerima H_a dan menolak H_o .

Diterimanya H_a dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Uang Saku berpengaruh terhadap tinggi rendahnya Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Semakin besar jumlah uang saku yang diterima mahasiswa, semakin tinggi pula daya beli mereka. Dengan uang lebih banyak, mahasiswa cenderung memiliki kebebasan untuk membeli barang-barang atau layanan yang tidak selalu menjadi kebutuhan pokok, membeli makanan cepat saji, fashion hingga hiburan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Kriizbayani, 2023) dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* Shopee dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Mataram” yang menyatakan Uang Saku berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI UIN Mataram hal

tersebut terbukti dengan nilai signifikansi t sebesar $(0,000 < 0,05)$ hal ini menunjukkan Uang Saku berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Mataram.

Uang Saku yang besar tidak boleh diabaikan atau dijadikan kebiasaan. Oleh karena itu, hendaknya mahasiswa mengelola Uang Sakunya dengan baik dan memprioritaskan barang-barang yang menjadi kebutuhan terlebih dahulu sehingga tidak perlu membeli barang yang tidak dibutuhkan sehingga mengurangi Perilaku Konsumsinya saat berbelanja.

5.3.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, menunjukkan besaran koefisien regresi variabel Gaya Hidup bertanda positif, yaitu sebesar 0,7110 artinya Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Nilai positif disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi Gaya Hidup Mahasiswa maka semakin meningkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,0000 < 0,05$ artinya Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis X_3 menerima H_a dan menolak H_o .

Diterimanya H_a dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap tinggi rendahnya Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena pola hidup yang dijalani seseorang seringkali mencerminkan kebutuhan, keinginan serta cara mereka membelanjakan uang. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang tersebut. Dan sebaliknya, semakin berkurang (sederhana) gaya hidup seseorang maka semakin berkurang pula perilaku konsumtif individu tersebut.

Hasil uji ini sejalan dengan hasil penelitian (Irdayani, 2024) dengan judul “Pengaruh E-Commerce Shopee dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa” yang menyatakan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa hal tersebut terbukti dengan nilai signifikansi t sebesar $(0,000 < 0,05)$ hal ini menunjukkan Uang Saku berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.