

Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Aktif Universitas Nusa Putra Program Studi Akuntansi Angkatan 2024

Mutia Restu Putri Islami¹, Vina Saskia Pebrian^{2}*

Program Studi Akuntansi, Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Indonesia

mutia.restu_ak24@nusaputra.ac.id

vina.saskia_ak24@nusaputra.ac.id*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *impulsive buying* terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra. Perkembangan teknologi digital, kemudahan akses belanja online, serta gaya hidup konsumtif mendorong munculnya perilaku *impulsive buying* di kalangan mahasiswa. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara bijak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra. Teknik analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan pengujian hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *impulsive buying* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa dengan tingkat *impulsive buying* yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih rendah dalam mengatur anggaran, mengontrol pengeluaran, dan menabung. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kontrol diri dan kesadaran keuangan agar dapat mengelola keuangan pribadi secara lebih efektif.

Kata kunci: *Impulsive Buying, Pengelolaan Keuangan Pribadi*

Abstract: This study aims to analyze the effect of *impulsive buying* on the personal financial management of active students in the Accounting Study Program at Nusa Putra University. The rapid development of digital technology, online shopping platforms, and consumptive lifestyles has encouraged the emergence of *impulsive buying* behavior among students. This condition can influence students' ability to manage their personal finances wisely. The research used a quantitative approach with an associative method. Data were collected through questionnaires distributed to active students of the Accounting Study Program at Nusa Putra University. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS. The findings indicate that *impulsive buying* has a negative and significant effect on personal financial management. Students with higher *impulsive buying* behavior tend to have lower abilities in managing their finances, including budgeting, controlling expenses, and saving. Therefore, students are expected to improve self-control and financial awareness in order to manage their personal finances more effectively.

Keyword: *Impulsive Buying, Personal Financial Management*

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Dunia elektronik dan media sosial berkembang pesat, mendorong platform e-commerce untuk terus berinovasi dengan menghadirkan layanan yang lebih mudah, cepat, dan efisien. Kemudahan yang ditawarkan, seperti akses 24 jam, berbagai metode pembayaran, dan promosi menarik, membuat masyarakat semakin beralih dari cara konvensional ke belanja online (Karima, 2024). Bagi pelaku bisnis, e-commerce membuka peluang strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi distribusi, serta mempermudah promosi produk kepada konsumen yang lebih heterogen.

Berdasarkan laporan SIRCLO yang dikutip oleh DetikFinance, rata-rata konsumen Indonesia melakukan tiga hingga lima transaksi online setiap bulannya, dengan pengeluaran rata-rata sekitar 15% dari pendapatan bulanan untuk belanja daring. Temuan ini menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat dalam memanfaatkan platform digital, sekaligus mencerminkan tingkat kepercayaan dan kenyamanan mereka terhadap mekanisme transaksi elektronik (Ardiansyah & Budiani, 2021). Fenomena ini menandakan bahwa masyarakat, terutama generasi muda dan mahasiswa, semakin bergantung pada kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu platform e-commerce yang banyak digunakan adalah Shopee, terutama

di kalangan mahasiswa. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengguna mengakses Shopee melalui aplikasi mobile (72,4%) dibandingkan desktop (21,3%), dengan durasi kunjungan rata-rata sekitar 6 menit 30 detik. Keunggulan Shopee terletak pada promosi rutin, seperti event “tanggal kembar” (misalnya “Shopee 6.6 Sale”) yang menawarkan diskon besar, gratis ongkir, flash sale, serta berbagai promosi lainnya untuk meningkatkan minat beli konsumen (Karima, 2024). Selain itu, inovasi finansial Shopee melalui fitur ShopeePayLater memungkinkan konsumen melakukan pembayaran secara cicilan tanpa kartu kredit. Fitur ini sangat diminati oleh generasi milenial yang aktif menggunakan teknologi digital dan menyukai proses transaksi yang cepat dan praktis.

Anak muda, khususnya mahasiswa, cenderung mudah menerima hal baru dan terpengaruh oleh gaya hidup mewah. Mahasiswa lebih sering mengalokasikan dana untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan sehari-hari (Rosa, I., & Listiadi, 2023). Akibatnya, banyak mahasiswa tidak memiliki cadangan darurat dan tabungan yang cukup, sehingga sering kehabisan dana sebelum akhir bulan. Hal ini biasanya disebabkan oleh pengelolaan keuangan pribadi yang buruk dan kebutuhan mendesak (Dewi et al., 2024). Pengelolaan keuangan pribadi adalah aktivitas mengelola keuangan individu secara efektif guna memenuhi kebutuhan hidup. Kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dapat berdampak pada minimnya perencanaan masa depan, kesejahteraan yang rendah, dan kesiapan menghadapi risiko tak terduga. Sebaliknya, pengelolaan keuangan yang baik menunjukkan tanggung jawab individu

terhadap dana yang dimiliki (Hariani, L. S., & Andayani, 2017). Namun, bagi banyak mahasiswa, mengelola keuangan pribadi merupakan tantangan karena berbagai kesulitan yang dihadapi.

Transformasi digital telah mengubah perilaku konsumsi, terutama di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses e-commerce, fitur paylater, dan promosi digital masif menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perilaku impulsive buying (Christina Whidya Utami, 2010). Pembelian impulsif ditandai dengan keputusan spontan, tanpa perencanaan, yang lebih dipengaruhi oleh emosi sesaat daripada pertimbangan kebutuhan rasional (Solomon, 2017). Mahasiswa sebagai generasi digital menjadi target utama e-commerce, namun mereka juga sedang dalam fase transisi menuju kemandirian finansial, sehingga pengelolaan keuangan pribadi sangat krusial (Chen, H., & Volpe, 1998).

Fenomena GAP yang muncul dalam konteks ini adalah:

1. Kontradiksi peran Mahasiswa

Sebagai agen perubahan yang terdidik dan diharapkan memiliki perencanaan matang, mahasiswa justru menunjukkan perilaku konsumtif impulsif, terutama didorong oleh promosi online seperti diskon besar dan gratis ongkos kirim.

2. Transisi Keuangan yang Kritis

Mahasiswa mulai mengelola dana sendiri dari orang tua, beasiswa, atau pekerjaan paruh waktu, yang seharusnya menjadi fondasi kebiasaan keuangan sehat seperti menyusun anggaran dan menabung. Namun, banyak yang kesulitan

menerapkan disiplin pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Pengaruh Layanan Kredit Digital

Kemudahan akses layanan Buy-Now-Pay-Later (BNPL) dan pinjaman fintech mengaburkan batas kebutuhan dan keinginan. Survei Katadata Insight Center dan Zigi.id menunjukkan 14% pengguna paylater adalah generasi Z dan milenial, termasuk mahasiswa. Namun, literasi keuangan dan pemahaman risiko jangka panjang masih rendah.

4. Kesenjangan Antara Pengetahuan dan Perilaku

Studi di Universitas Pendidikan Ganesha menunjukkan literasi keuangan tidak signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Pengetahuan teori tentang keuangan gagal diterjemahkan ke dalam tindakan nyata saat menghadapi godaan belanja online. Faktor psikologis dan emosional lebih dominan.

5. Pengaruh Lingkungan Sosial

Peer group dan tekanan sosial memicu gaya hidup konsumtif, dengan mahasiswa membeli barang-barang tertentu untuk menjaga citra dan status sosial.

6. Perkembangan Kontrol Diri

Mahasiswa masih dalam tahap pembentukan kontrol diri (self-control), yang berkaitan dengan eksplorasi dan pencarian jati diri melalui aktivitas konsumsi.

7. Dampak Negatif Terhadap Menabung dan Investasi

Studi internasional di Arab Saudi mengungkapkan bahwa penggunaan BNPL berkaitan dengan pembelian impulsif yang berdampak negatif pada kebiasaan menabung dan keputusan investasi mahasiswa.

Fenomena GAP ketujuh berkaitan dengan dampak langsung impulsive buying terhadap kemampuan menabung dan berinvestasi di kalangan mahasiswa. Studi internasional di Arab Saudi yang meneliti pengguna layanan Buy-Now-Pay-Later (BNPL) di kalangan mahasiswa universitas menemukan bahwa penggunaan layanan BNPL, yang erat kaitannya dengan pembelian impulsif, berdampak negatif terhadap perilaku menabung (savings) dan pengambilan keputusan investasi (investment decision-making) mahasiswa.

Memasuki ranah research GAP, meskipun fenomena impulsive buying pada mahasiswa telah banyak diteliti, masih terdapat celah signifikan dalam literatur, khususnya yang mengaitkan impulsive buying secara spesifik dengan variabel pengelolaan keuangan pribadi (personal financial management). Banyak studi yang lebih berfokus pada penyebab atau faktor-faktor yang memengaruhi impulsive buying, seperti literasi keuangan, kontrol diri, diskon, atau pengaruh media sosial.

Research GAP pertama adalah masih terbatasnya penelitian yang mengkaji impulsive buying sebagai penyebab langsung dari buruknya kualitas pengelolaan keuangan, bukan hanya sebagai bagian dari perilaku konsumtif atau pemicu utang. Misalnya, sebuah studi di Universitas Bengkulu yang meneliti pengaruh impulsive buying terhadap perilaku berutang mahasiswa menemukan pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik.

Kedua, systematic literature review mengenai perilaku keuangan mahasiswa terhadap penggunaan paylater menyoroti pentingnya faktor kontrol diri dan literasi keuangan, serta menyerukan perlunya penelitian lebih lanjut dengan metode longitudinal atau campuran untuk menangkap sifat dinamis kebiasaan keuangan mahasiswa yang terus berkembang.

Ketiga, penelitian yang secara khusus menjadikan pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel terikat dan impulsive buying sebagai variabel bebas masih sangat jarang, terutama dalam konteks Indonesia. Salah satu contoh adalah studi di UPN Veteran Jawa Timur berjudul "Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Impulsive Buying terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa," yang secara eksplisit mengadopsi kerangka berpikir tersebut dan menjadi salah satu dari sedikit penelitian yang membahas hubungan ini secara langsung.

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

yang dikembangkan oleh (Icek Ajzen, 2022) merupakan grand theory utama yang menjadi landasan penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (intention) yang terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). (Icek Ajzen, 2022) menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku merupakan prediktor terbaik dari perilaku tersebut, dan niat itu sendiri dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut.

Penerapan TPB dalam penelitian ini sangat relevan karena perilaku impulsive buying dan pengelolaan keuangan pribadi dapat dijelaskan melalui kerangka teori ini. Sikap positif terhadap belanja online, yang muncul dari persepsi bahwa belanja memberikan kesenangan dan kepuasan, akan mendorong niat untuk melakukan pembelian impulsif. Norma subjektif, yaitu persepsi mahasiswa tentang harapan orang-orang terdekat seperti teman sebaya, sangat memengaruhi perilaku konsumtif. Ketika lingkungan pertemanan memiliki gaya hidup konsumtif, mahasiswa cenderung mengikuti norma tersebut demi diterima dalam kelompok (Karima, 2024). Selain itu, persepsi kontrol perilaku, seperti kemudahan akses ke platform e-commerce dan fitur paylater, memperkuat niat untuk melakukan pembelian impulsif. Sebaliknya, lemahnya kontrol perilaku dalam mengelola keuangan berdampak negatif pada kualitas pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Oleh karena itu, TPB menjadi landasan yang tepat untuk menjelaskan mekanisme psikologis dan sosial yang mendasari hubungan antara impulsive buying dan pengelolaan keuangan pribadi.

Self-Control Theory dan Financial Literacy Theory

Pada tingkat middle theory, penelitian ini menggunakan dua teori utama yang relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu Self-Control Theory dan Financial Literacy Theory.

Self-Control Theory, yang dikemukakan oleh (Tangney et al., 2018), menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku supaya sesuai dengan standar, nilai, dan tujuan jangka panjang. Dalam konteks perilaku konsumen, kontrol

diri berperan penting dalam menahan godaan melakukan pembelian impulsif. Individu dengan kontrol diri tinggi cenderung mampu menunda kepuasan sesaat dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari keputusan finansialnya. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri rendah lebih mudah terpengaruh rangsangan eksternal seperti diskon, promosi, dan tekanan sosial, sehingga rentan melakukan pembelian impulsif (Ardiansyah & Budiani, 2021). Dalam penelitian ini, Self-Control Theory membantu menjelaskan mengapa mahasiswa dengan kontrol diri lemah cenderung melakukan impulsive buying yang berdampak negatif pada pengelolaan keuangan mereka.

Financial Literacy Theory menekankan pentingnya pengetahuan dan pemahaman tentang konsep-konsep keuangan, termasuk kemampuan mengelola keuangan pribadi secara efektif, sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan finansial yang rasional (Chen, H., & Volpe, 1998). Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang perencanaan anggaran, pengelolaan utang, tabungan, dan investasi. Individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu menyusun anggaran, memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, dan menghindari perilaku konsumtif yang merugikan. Namun, penelitian pada mahasiswa akuntansi di Universitas Pendidikan Ganesha menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ketika diuji secara terpisah dalam (Karima, 2024). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan teoritis tentang keuangan tidak selalu berdampak langsung pada perilaku nyata, terutama di hadapan godaan emosional.

Oleh karena itu, Financial Literacy Theory digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan kesenjangan antara pengetahuan keuangan mahasiswa dengan praktik pengelolaan keuangan yang dipengaruhi oleh impulsive buying.

Pada tingkat applied theory, penelitian ini mengkaji hubungan spesifik antara impulsive buying sebagai variabel independen dan pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel dependen. Hubungan ini didasarkan pada grand theory dan middle theory yang telah dijelaskan, serta didukung oleh penelitian empiris sebelumnya.

Impulsive Buying dan Pengelolaan Keuangan Pribadi

Impulsive buying adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara spontan dan tidak direncanakan, yang dipicu oleh rangsangan emosional dari lingkungan seperti promosi diskon, kemasan menarik, atau pengaruh media sosial (Solomon, 2017). Engel, Blackwell, & Miniard (dalam (Christina Whidya Utami, 2010)) menambahkan bahwa pembelian impulsif terjadi saat konsumen merasakan dorongan kuat dan mendesak untuk membeli sesuatu tanpa evaluasi mendalam terhadap konsekuensi jangka panjangnya. Empat dimensi utama impulsive buying meliputi spontanitas, kekuatan dorongan emosional, gairah dan kegembiraan sesaat, serta ketidakpedulian terhadap akibatnya (Christina Whidya Utami, 2010).

Berdasarkan signaling theory dalam konteks perilaku konsumen, impulsive buying dapat dilihat sebagai sinyal internal bahwa individu gagal mengendalikan dorongan konsumtifnya. Perilaku ini berdampak langsung pada pengelolaan keuangan

pribadi. Pengelolaan keuangan pribadi sendiri didefinisikan sebagai proses merencanakan, mengorganisir, mengendalikan, dan mengevaluasi sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan hidup dan kesejahteraan (Rosa, I., & Listiadi, 2023). Indikator pengelolaan keuangan yang baik meliputi perencanaan anggaran, pemenuhan kebutuhan pokok, pengendalian pengeluaran, dan kebiasaan menabung (Rosa, I., & Listiadi, 2023); (Chen, H., & Volpe, 1998); (Hariani, L. S., & Andayani, 2017).

Menurut Self-Control Theory, individu dengan kontrol diri yang rendah lebih rentan melakukan pembelian impulsif, yang pada akhirnya mengganggu kemampuan mereka mengelola keuangan. Dana yang seharusnya dialokasikan untuk kebutuhan pokok, tabungan, atau investasi justru habis untuk pembelian spontan yang tidak direncanakan. (Dkk., 2023) menegaskan bahwa banyak mahasiswa mengalami kekurangan cadangan darurat dan tabungan yang cukup, sehingga sering kehabisan dana sebelum akhir bulan. Hal ini disebabkan oleh pengelolaan keuangan pribadi yang buruk dan kebutuhan mendesak yang sebenarnya dipicu oleh perilaku impulsive buying.

Financial Literacy Theory menambahkan bahwa meskipun mahasiswa, khususnya yang berasal dari program studi Akuntansi, memiliki pengetahuan teoritis tentang keuangan, faktor emosional dan spontanitas dalam impulsive buying lebih dominan dalam menentukan perilaku keuangan nyata mereka. (Hariani, L. S., & Andayani, 2017) menyatakan bahwa keterbatasan pengetahuan dalam pengelolaan keuangan pribadi dapat menyebabkan kurangnya perencanaan masa depan, kesejahteraan

yang rendah, dan ketidaksiapan menghadapi risiko tak terduga. Namun, penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan saja tidak cukup tanpa kontrol diri yang kuat untuk menahan godaan konsumtif.

KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel sebagai berikut: Impulsive Buying (X) sebagai variabel independen diduga memiliki pengaruh negatif terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y) sebagai variabel dependen.

Perilaku impulsive buying yang bersifat spontan dan tidak direncanakan diprediksi mengganggu alokasi dana yang telah disusun dalam anggaran keuangan pribadi. Dengan meningkatnya kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian impulsif, kualitas pengelolaan keuangan mereka cenderung menurun. Hal ini tercermin dari ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan pokok, minimnya tabungan, serta sering kehabisan dana sebelum akhir bulan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Impulsive buying merupakan perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan dan sering dipengaruhi oleh dorongan emosional sesaat. Perilaku ini dapat menyebabkan individu melakukan pengeluaran yang tidak terkontrol karena keputusan pembelian tidak

mempertimbangkan kebutuhan, prioritas, maupun kondisi keuangan yang dimiliki.

Dalam konteks mahasiswa, impulsive buying sering terjadi akibat pengaruh gaya hidup, kemudahan transaksi digital, promosi di media sosial, serta tekanan dari lingkungan pertemanan. Kondisi ini berpotensi mengganggu kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, seperti dalam mengatur anggaran, mengendalikan pengeluaran, dan menabung. Mahasiswa dengan tingkat impulsive buying yang tinggi cenderung mengalami kesulitan menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran.

Oleh karena itu, semakin tinggi perilaku impulsive buying pada mahasiswa, semakin rendah kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Impulsive buying berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra tahun 2024.

METODOLOGI

Jenis Penelitian dan Populasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah impulsive buying, sedangkan variabel dependen adalah pengelolaan keuangan mahasiswa.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang diperoleh berupa angka dan dianalisis

menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Populasi penelitian terdiri dari seluruh mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra tahun 2024, yang berjumlah 124 mahasiswa. Populasi ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian yang menelaah perilaku impulsive buying dan pengelolaan keuangan pada mahasiswa.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden penelitian.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, mengingat jumlah populasi sudah diketahui secara pasti. Dengan populasi sebanyak 124 mahasiswa dan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10% (0,10), maka jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + n(e^2))} \quad (1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (margin of error)

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{124}{(1 + 124(0,10^2))}$$

$$n = \frac{124}{(1 + 124 (0,01))}$$

$$n = \frac{124}{(1 + 1,24)}$$

$$n = \frac{124}{2,24}$$

$$n = 55,36 = 55 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel diperoleh dan dibulatkan menjadi 55 responden. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan 55 mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra tahun 2024 sebagai sampel penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yakni data berbentuk angka yang dapat dianalisis secara statistik. Data kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra tahun 2024. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat impulsive buying dan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Data ini meliputi jawaban responden terkait perilaku impulsive buying dan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder digunakan sebagai

landasan teori dan pendukung dalam penyusunan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu impulsive buying sebagai variabel independen dan pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel dependen. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert, yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan.

Skala Likert yang digunakan terdiri dari lima kategori jawaban, yaitu:

Tabel 1. Sakala Pengukuran

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Kuesioner disebarkan kepada responden secara langsung maupun melalui media online, seperti Google Form, untuk memudahkan proses pengumpulan data. Teknik ini dipilih karena efektif, efisien, serta mampu menjangkau responden dalam jumlah yang lebih besar dalam waktu yang relatif singkat.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dan memiliki variasi tertentu yang dipelajari untuk ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan pada variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah **impulsive buying (X)**.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah **pengelolaan keuangan pribadi (Y)**.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Impulsive Buying (X)	Impulsive buying adalah perilaku pembelian yang dilakukan secara spontan, tanpa perencanaan, dan dipengaruhi oleh dorongan emosi sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi.	1. Pembelian tanpa perencanaan 2. Ketertarikan terhadap diskon/promo 3. Pembelian karena keinginan sesaat 4. Kesulitan menahan keinginan 5. Tidak mempertimbangkan kondisi keuangan	Skala Likert (1-5)

		6. Membeli meskipun tidak dibutuhkan	
Pengelolaan Keuangan (Y)	Pengelolaan keuangan pribadi adalah kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, dan mengontrol penggunaan keuangan untuk memenuhi kebutuhan serta mencapai kesejahteraan finansial.	1. Membuat anggaran keuangan 2. Memprioritaskan kebutuhan 3. Mengontrol pengeluaran 4. Menyisihkan uang untuk tabungan 5. Mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum membeli 6. Membedakan kebutuhan dan keinginan	Skala Likert (1-5)

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan Solomon (2020), Hariani dan Andayani (2020), Rosa dan Listiadi (2020), serta Ardiansyah dan Budiani (2021).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 25. Analisis data bertujuan untuk mengetahui pengaruh impulsive buying terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra tahun 2024.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Setelah data terkumpul, pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Pengujian validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi dan signifikansi setiap item pernyataan.

Suatu item dinyatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, sehingga kuesioner dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian yang andal dan konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian normal. Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji data. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan metode Scatterplot atau Glejser Test. Jika tidak ada heteroskedastisitas, model regresi dinyatakan baik.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk menentukan pengaruh variabel pembelian impulsif (X) terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa (Y), uji regresi linear sederhana digunakan. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX \quad (2)$$

Keterangan :

Y = Pengelolaan Keuangan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Impulsive Buying

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pengaruh variabel pembelian impulsif secara parsial terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa diukur dengan uji t. Menurut dasar pengambilan keputusan, hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, dan ditolak jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Berdasarkan tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,138 atau 13,8%. Artinya, variabel Impulsive Buying mampu

menjelaskan variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi sebesar 13,8%, sedangkan 86,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Untuk memberikan gambaran umum tentang variabel penelitian, statistik deskriptif digunakan, yang mencakup nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi masing-masing variabel. Hasil statistik deskriptif dari penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	SD
Impulsive Buying	55	10	27	17,5	3,931
Pengelolaan keuangan pribadi	55	14	30	21,7	3,547
Valid N (listwise)	55				

Sumber: Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa total peserta penelitian adalah 55 orang. Variable Pengelolaan Keuangan Pribadi memiliki nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum sebesar 30 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 21,71 dan standar deviasi sebesar 3,547. Variabel Impulsive Buying memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 27.

Uji Intrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen penelitian mengukur

variabel yang dimaksud. Hasil uji validitas penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut. Item pernyataan dinyatakan valid jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Impulsive Buying

Item	r Hitung	Sig.	Ket
X1.1	0,686	0,000	Valid
X1.2	0,336	0,012	Valid
X1.3	0,796	0,000	Valid
X1.4	0,705	0,000	Valid
X1.5	0,643	0,000	Valid
X1.6	0,821	0,000	Valid

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel Impulsive Buying memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai korelasi Pearson lebih besar dari r . Oleh karena itu, semua item pernyataan ini dianggap valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi

Item	r Hitung	Sig.	Ket
Y1.1	0,734	0,000	Valid
Y1.2	0,668	0,000	Valid
Y1.3	0,722	0,000	Valid
Y1.4	0,667	0,000	Valid
Y1.5	0,570	0,000	Valid
Y1.6	0,689	0,000	Valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang

berkaitan dengan variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai korelasi Pearson lebih besar dari r . Oleh karena itu, semua item pernyataan ini dianggap valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten instrumen penelitian. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha	N Of Items
0,751	6

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa instrumen untuk variabel Impulsive Buying memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,751. Nilai ini lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut digunakan secara konsisten dalam penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi

Cronbach's Alpha	N Of Items
0,761	6

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa instrumen untuk variabel

Pengelolaan Keuangan Pribadi memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,761, yang lebih tinggi dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dianggap konsisten digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Sampel Satu Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
Test Statistic	0,072
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber : Output SPSS

Menurut tabel di atas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200, yang menunjukkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini, uji Glejser digunakan. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, model regresi menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Impulsive Buying	0,472	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS

Ada kemungkinan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.7, karena nilai signifikansi variabel Impulsive Buying sebesar 0,472 lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Pengaruh variabel pembelian impulsif terhadap pengelolaan keuangan pribadi ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std Error	Beta	t	Sig
(Constant)	27,665	2,090			0,000
Impulsive Buying	-0,336	0,115	0,372	-2,917	0,005

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 27,665 - 0,336X \quad (2)$$

Berdasarkan persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 27,665 menunjukkan bahwa nilai Pengelolaan Keuangan Pribadi sebesar 27,665 jika variabel Pembelian Impulsif bernilai 0. Selain itu, koefisien regresi variabel Pembelian Impulsif sebesar -0,336 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan Pembelian Impulsif akan menghasilkan penurunan Pengelolaan Keuangan Pribadi sebesar 0,336.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen ditentukan melalui uji t.

Tabel 11. Hasil Uji t

Variabel	T hitung	Sig	Keterangan
Impulsive Buying	-2,917	0,005	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Output SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,005 kurang dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Impulsive Buying berdampak negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa universitas yang aktif.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam penelitian.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Model	R	R^2	Adj. R^2	Std.Error
1	0,372	0,138	0,122	3,977

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,138 atau 13,8%. Artinya, variabel Impulsive Buying mampu menjelaskan Pengelolaan Keuangan Pribadi sebesar 13,8%, sedangkan 86,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa perilaku impulsive buying memiliki pengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis alternatif diterima, sedangkan hipotesis nol ditolak. Dengan demikian, perilaku pembelian impulsif terbukti memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Semakin tinggi tingkat impulsive buying yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kemampuan mereka dalam mengatur keuangan pribadi. Mahasiswa yang cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan akan lebih sulit mengendalikan pengeluaran, menyusun anggaran, menabung, serta menentukan prioritas kebutuhan. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pengelolaan keuangan menjadi kurang efektif dan tidak terarah.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah mampu mengukur variabel penelitian dengan baik. Selain itu, data penelitian memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut karena telah memenuhi asumsi dasar dalam model regresi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumtif yang menjelaskan bahwa individu dengan perilaku pembelian impulsif cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan maupun kondisi keuangan. Akibatnya, individu akan lebih sulit mengontrol pengeluaran sehingga pengelolaan keuangan pribadi menjadi kurang baik.

Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa impulsive buying berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Artinya, semakin tinggi perilaku pembelian impulsif seseorang, maka semakin rendah kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak.

Berdasarkan hasil tersebut, mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dalam mengendalikan perilaku pembelian impulsif agar dapat mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Pengendalian diri dalam berbelanja, kemampuan menentukan prioritas kebutuhan, serta kebiasaan menyusun perencanaan keuangan menjadi hal penting untuk mendukung pengelolaan keuangan pribadi yang lebih efektif dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh impulsive buying terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa yang masih aktif di universitas, dapat disimpulkan bahwa perilaku impulsive buying berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Semakin tinggi perilaku pembelian impulsif yang dimiliki mahasiswa, maka semakin rendah kemampuan mereka dalam mengatur dan mengelola keuangan pribadi secara bijak.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Selain itu, data penelitian telah memenuhi uji asumsi klasik sehingga model regresi yang digunakan dinilai layak untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam penelitian.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa perilaku pembelian impulsif dapat memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam menyusun anggaran, mengontrol pengeluaran, menabung, dan menentukan prioritas kebutuhan. Oleh karena itu, pengendalian diri dalam berbelanja menjadi salah satu hal penting dalam menciptakan pengelolaan keuangan pribadi yang baik.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

1. penelitian hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu impulsive buying, sehingga masih terdapat faktor lain yang kemungkinan memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa namun belum diteliti.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa yang masih aktif di universitas sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada kelompok responden lain di luar mahasiswa.
3. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga
4. jawaban responden sangat bergantung pada kejujuran dan pemahaman masing-masing responden dalam mengisi pernyataan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan dapat lebih mengontrol perilaku pembelian impulsif dengan membiasakan diri membuat perencanaan keuangan, menyusun skala prioritas kebutuhan,

- dan mengurangi pembelian yang tidak diperlukan.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi, seperti literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan paylater, kontrol diri, maupun tingkat pendapatan agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.
 3. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas jumlah responden dan cakupan lokasi penelitian agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

REFERENSI

- Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. (2021). HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN FINANCIAL LITERACY DENGAN COMPULSIVE BUYING PADA PENGGUNA APLIKASI BELANJA ONLINE Mohammad Yoga Ardiansyah Meita Santi Budiani Abstrak. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6).
- Chen, H., & Volpe, R. P. (2022). (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Christina Whidya Utami. (2010). *No Title*. Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia. <https://share.google/NljXC4TikTRQAZbPF>
- Dewi et al., 2021. (2024). *No Title 済無No Title No Title No Title*. 2, 306–312.
- Dkk., D. (2023). *Pengaruh Kesadaran Diri Pada Keuangan, Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Teman Sebaya Dan Lifestyle Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa S1 Fbe*. 1–23.
- Hariani, L. S., & Andayani, E. (2017). Kecerdasan Spiritual. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 15(48), 5–24. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf>
- Icek Ajzen. (2022). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Karima, M. W. (2024). (2024). Impulsive Buying dan Regulasi Diri dalam Perilaku Berutang Mahasiswa Pengguna ShopeePayLater. *Jurnal Studia Insania*, 12(2)(2), 96–108. <https://doi.org/10.18592/jsi.v12i2.13308>
- Rosa, I., & Listiadi, A. (2020). (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Impulsive Buying, Dan Pengendalian Diri Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Ciputra. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(2), 48–54. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.20179>
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th Editi)*. Pearson education.
- Tangney, J. P., Boone, A. L., & Baumeister, R. F. (2018). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Self-Regulation and Self-*

Control: Selected Works of Roy F. Baumeister, (April 2004), 173–212.
<https://doi.org/10.4324/9781315175775>