

Pengaruh Intensitas Media Sosial dan Gaya Hidup terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia)

Shellli Junita

Program Studi Akuntansi, Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Indonesia

shellli.junita_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas media sosial dan gaya hidup terhadap manajemen keuangan mahasiswa di Universitas Nusa Putra, Sukabumi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2022–2025, dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden yang ditentukan melalui teknik probability sampling menggunakan rumus Slovin. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi (R Square) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa, yang berarti penggunaan media sosial secara tepat dapat meningkatkan pengetahuan dan pengelolaan keuangan pribadi. Sementara itu, gaya hidup berpengaruh negatif terhadap manajemen keuangan mahasiswa karena perilaku konsumtif cenderung meningkatkan pengeluaran yang tidak terencana. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial secara bijak serta penerapan gaya hidup yang rasional menjadi faktor penting dalam mendukung pengelolaan keuangan mahasiswa yang sehat, efektif, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Intensitas Media Sosial, Gaya Hidup, Manajemen Keuangan Mahasiswa, Mahasiswa.

Abstract: This research aims to analyze the influence of social media intensity and lifestyle on financial management among students at Nusa Putra University, Sukabumi. This research uses a quantitative method. The population in this study consists of students from the 2022–2025 cohort, with a sample size of 99 respondents determined thru probability sampling using the Slovin formula. Research data were collected thru the distribution of questionnaires to the respondents. Next, the data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, and the coefficient of determination (R Square) with the help of SPSS version 25. The research results show that the intensity of social media has a positive and significant effect on students' financial management, which means that the proper use of social media can enhance knowledge and personal financial management. Meanwhile, lifestyle has a negative impact on students' financial management because consumer behavior tends to increase unplanned expenditures. Therefore, the wise use of social media and the application of a rational lifestyle are important factors in supporting healthy, effective, and sustainable financial management for students.

Keyword: Social Media Intensity, Lifestyle, Student Financial Management, Students.

PENDAHULUAN

Manajemen keuangan pribadi mahasiswa merupakan aspek penting dalam menjaga stabilitas kondisi finansial selama masa perkuliahan. Perencanaan keuangan pribadi dapat diartikan sebagai proses pengaturan keuangan individu untuk mencapai tujuan finansial serta memperoleh kepuasan ekonomi di masa depan (Laili, 2022).

Gaya hidup yang dipengaruhi oleh media sosial sering kali ditandai oleh konsumsi simbolik, kepatuhan terhadap standar gaya hidup kekinian, dan preferensi terhadap barang-barang bermerek atau aktivitas berbiaya tinggi. Fenomena ini terlihat dari temuan yang menunjukkan hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan gaya hidup konsumtif yang berdampak langsung pada kondisi keuangan generasi muda (Putri et al., 2024)

Namun, meskipun sejumlah penelitian telah meneliti pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang penting. Sebagian besar penelitian selama ini berfokus pada hubungan antara media sosial atau gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, bukan secara langsung terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa sebagai variabel utama. Aesthetic lifestyle di media sosial terhadap manajemen keuangan mahasiswa, tetapi masih terbatas pada estetika gaya hidup tertentu dan unit analisis yang sempit (Aisyah et al., 2024).

Kedua, banyak penelitian yang memasukkan variabel lain seperti literasi keuangan, tekanan sosial digital, atau faktor keluarga, sehingga pengaruh spesifik intensitas penggunaan media sosial terhadap manajemen keuangan pribadi sering tertutup oleh variabel-variabel mediasi lainnya. Gaya hidup berpengaruh terhadap manajemen keuangan mahasiswa, tetapi penelitian tersebut juga memasukkan literasi keuangan dan faktor ekonomi sosial orang tua sebagai variabel tambahan sehingga sulit untuk memisahkan dampak intensitas media sosial secara eksklusif (Novitasari et al., 2021)

Selain itu, penelitian yang menggabungkan kedua variabel utama yaitu intensitas media sosial dan gaya hidup terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa secara langsung masih terbatas. Beberapa penelitian terkait memberikan bukti tidak langsung bahwa media sosial dan gaya hidup secara bersama dapat memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa, misalnya penelitian mengenai tekanan sosial digital dengan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan finansial masyarakat secara umum (Tekanan et al., 2025). Berikut disajikan fenomena gap dalam manajemen keuangan mahasiswa.

Tabel 1.1
Fenomena Gap Manajemen Keuangan Mahasiswa

Aspek Manajemen Keuangan	Kondisi Ideal (Seharusnya)	Kondisi Aktual (Kenyataan di Lapangan)	Fenomena Gap (Kesenjangan)	Dampak yang Timbul
Pembuatan	Mahasiswa	Mahasiswa cenderung	Gap Perencanaan	Tidak punya

Anggaran	menyusun skala prioritas dan alokasi dana (<i>budgeting</i>) di awal bulan.	menghabiskan uang di awal bulan untuk hal konsumtif (nongkrong, game, fashion) dan kekurangan di akhir bulan.	naam vs. Konsumsi (<i>Planning Gap</i>)	dana darurat, sering meminjam uang ke teman atau orang tua di luar kebutuhan pokok.
Pencatatan Keuangan	Mahasiswa mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran untuk evaluasi	Hanya mengingat pengeluaran besar di luar kepala, lupa dengan pengeluaran kecil (jajan, transportasi dadakan) yang justru menguras dompet.	Gap Memori vs. Realita (<i>Tracking Gap</i>)	Sulit mengetahui kemanakah saja uang pergi, menyebabkan pemborosan yang tidak disadari (<i>bocor</i>).
Gaya Hidup vs Uang Saku	Gaya hidup harus sesuai dengan kemampuan finansial (uang saku).	Tekanan pergaulan (<i>peer pressure</i>) dan tren media sosial memaksa mahasiswa bergaya hidup mewah (<i>hangout</i> di kafe mahal, belanja barang <i>branded</i>) meskipun uang saku pas-pasan.	Gap Pendapatan vs Gengsi (<i>Lifestyle Gap</i>)	Terjebak utang konsumtif (<i>paylater</i> , <i>pinjol</i> , atau utang teman) untuk menuntupi gaya hidup.
Literasi Investasi	Memahami perbedaan antara menabung dan investasi, serta	Lebih tertarik pada skema "cepat kaya", investasi bodong, atau kripto tanpa edukasi, atau	Gap Pengetahuan vs Aksi (<i>Literacy-Action Gap</i>)	Rentan menjadi korban penipuan investasi atau kehilangan

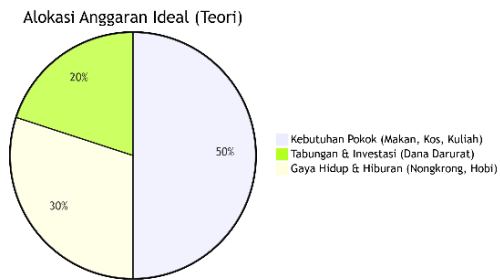
	instrumennya.	sebaliknya: sama sekali tidak mau investasi karena takut rugi.		kesempatan untuk mengembangkan uang.
Dana Darurat	Menyisihkan dana untuk kebutuhan tak terduga (sakit, motor rusak, beli buku dadakan).	Menggunakan uang jatah makan atau uang tabungan untuk kebutuhan dadakan, lalu berutang untuk menutupi kekurangan sebelumnya.	Gap Antisipasi vs Realitas (<i>Safety Net Gap</i>)	Stres finansial ketika menghadapi situasi darurat, mengakibatkan konsistensi kuliah.

Sumber: Data diolah Peneliti (2026).

Pada aspek pembuatan anggaran, mahasiswa memahami teori menyusun prioritas keuangan, namun dalam praktiknya mereka cenderung menghabiskan uang di awal bulan untuk kegiatan konsumtif seperti nongkrong dan belanja, sehingga mengalami kekurangan di akhir bulan. Pada aspek investasi, mahasiswa mungkin pernah mendengar teori investasi namun jarang mempraktikkannya, atau justru tertarik pada skema cepat kaya yang berisiko.

Diagram pie berikut memvisualisasikan distribusi faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen keuangan mahasiswa.

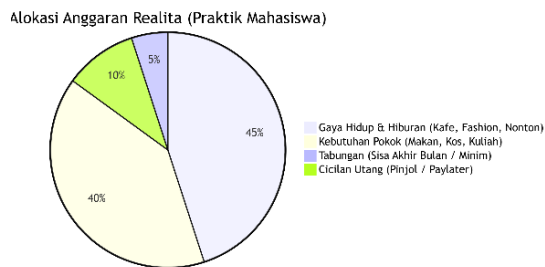
Gambar 1. Fenomena Gaya Hidup Aktual



Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Alokasi untuk gaya hidup tetap diberikan ruang sebagai bentuk apresiasi terhadap diri sendiri dan sarana bersosialisasi, namun dalam porsi yang terkendali agar tidak mengganggu kestabilan keuangan. Yang paling penting, adanya porsi khusus untuk tabungan dan investasi berfungsi sebagai benteng pertahanan saat menghadapi situasi darurat sekaligus sebagai langkah awal membangun kemandirian finansial sejak dini.

Gambar 2. Fenomena Gaya Hidup Realita



Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Mahasiswa cenderung mengutamakan kegiatan sosial seperti nongkrong di kafe, membeli produk fashion terbaru, atau mengikuti tren hiburan demi menjaga eksistensi di lingkungan pergaulan. Situasi

ini diperparah dengan hampir hilangnya alokasi untuk tabungan, yang menunjukkan bahwa mahasiswa hidup dalam pola "habis bulan habis uang" tanpa memiliki cadangan untuk masa depan.

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Berdasarkan kerangka teoritis Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991), perilaku individu merupakan hasil dari niat (behavioral intention) yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norms), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) (Ajzen, 1991). Intensitas media sosial berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif mahasiswa terhadap perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan. Selain itu, media sosial juga menciptakan norma subjektif baru, yaitu tekanan sosial digital untuk mengikuti tren atau standar hidup tertentu, sehingga dapat memengaruhi intensi mahasiswa dalam mengelola atau bahkan mengabaikan perencanaan keuangan pribadi (Kaplan & Haenlein, 2010).

Gaya hidup mencerminkan pola perilaku, minat, serta preferensi individu dalam menggunakan sumber daya, termasuk sumber daya keuangan. Mahasiswa dengan gaya hidup hedonis dan berorientasi pada kesenangan cenderung memiliki kecenderungan pengeluaran yang lebih tinggi, sedangkan mahasiswa dengan gaya hidup sederhana dan berorientasi masa depan lebih mungkin menunjukkan

perilaku perencanaan keuangan yang lebih baik (Madichie, 2009).

Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan dua variabel independen yang berperan penting dalam membentuk perilaku manajemen keuangan pribadi mahasiswa, yaitu intensitas media sosial dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana interaksi antara faktor digital dan pola hidup modern, dalam perspektif TPB, dapat menjelaskan variasi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadinya secara efektif dan berkelanjutan (Lim et al., 2017).

Intensitas Media Sosial

Menurut Social Comparison Theory yang dikembangkan oleh (Festinger, 1954), individu memiliki dorongan alami untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain guna mengevaluasi kemampuan dan pencapaiannya. Dalam konteks media sosial, proses perbandingan sosial (social comparison) terjadi ketika mahasiswa melihat gaya hidup, kepemilikan barang, atau pencapaian finansial orang lain yang ditampilkan secara selektif dan cenderung ideal.

Proses ini dapat memengaruhi persepsi individu terhadap kecukupan finansialnya sendiri dan mendorong perilaku kompensatif melalui pembelian atau pengeluaran tertentu. Dalam jangka panjang, apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri dan literasi keuangan yang memadai, intensitas media sosial yang tinggi

dapat berdampak pada lemahnya manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

Gaya Hidup

Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), perilaku individu ditentukan oleh niat yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks gaya hidup, pola hidup yang dianut mahasiswa dapat membentuk sikap terhadap manajemen keuangan, apakah mereka memandang aktivitas menabung dan membuat anggaran sebagai sesuatu yang penting atau justru membatasi kebebasan konsumsi.

Gaya hidup berhubungan dengan perceived behavioral control, yaitu sejauh mana mahasiswa merasa mampu mengendalikan kebiasaan belanjanya. Mahasiswa dengan gaya hidup yang terstruktur dan disiplin cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik dalam mengatur pengeluaran, sehingga mendukung terbentuknya manajemen keuangan pribadi yang efektif.

Manajemen Keuangan Mahasiswa

Dalam perspektif Behavioral Finance Theory, perilaku keuangan individu tidak selalu rasional sebagaimana diasumsikan dalam teori keuangan klasik, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosi, dan bias kognitif. Teori ini berkembang melalui pemikiran tokoh seperti (Kahneman & Tversky, 1979) melalui Prospect Theory, yang menjelaskan bahwa individu cenderung mengambil keputusan berdasarkan persepsi terhadap keuntungan

dan kerugian, bukan semata-mata pada nilai objektif.

Manajemen keuangan pribadi mahasiswa dipahami sebagai hasil interaksi antara kemampuan kognitif, kontrol emosional, dan kecenderungan bias perilaku dalam mengelola uang. Semakin baik mahasiswa mampu mengenali dan mengendalikan bias psikologisnya, semakin efektif pula perilaku pengelolaan keuangan yang ditunjukkan.

Pengembangan Hipotesis

Intensitas Media Sosial dan Manajemen Keuangan Mahasiswa

Intensitas penggunaan media sosial telah terbukti secara empiris memiliki pengaruh positif terhadap manajemen keuangan mahasiswa dalam berbagai konteks penelitian. (Nur et al., n.d.) penggunaan media sosial juga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan finansial ($\beta = 0,18$; $p < 0,05$), serta memiliki pengaruh tidak langsung melalui gaya hidup konsumtif sebagai variabel mediasi. (Hatimatunnisani et al., 2024) menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa Politeknik Pajajaran, dimana semakin intens mahasiswa mengakses media sosial, semakin baik pula pemahaman mereka dalam mengelola keuangan. Sejalan dengan temuan tersebut, (Sholehah & Widarno, 2025) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan baik pada mahasiswa kos maupun tidak kos. (Romansyah Sahabuddin et al., 2025) juga mengkonfirmasi bahwa efek mediasi melalui literasi keuangan menghasilkan

pengaruh tidak langsung sebesar 0.1748. Ini signifikan, dan menunjukkan bahwa media social memiliki pengaruh terhadap keputusan keuangan jika disertai peningkatan literasi keuangan. Selain itu, (Putra, 2021) Penggunaan Media Sosial memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Dengan demikian, kelima penelitian terdahulu tersebut secara konsisten mendukung hipotesis bahwa intensitas media sosial berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan mahasiswa.

H1: Intensitas Media Sosial berpengaruh positif terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa.

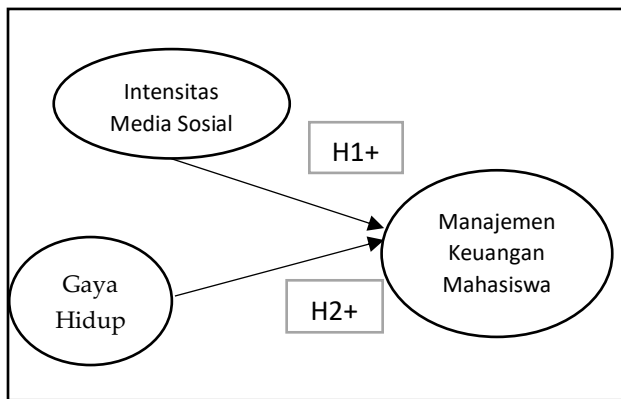
Gaya Hidup dan Manajemen Keuangan Mahasiswa

Gaya hidup terbukti secara empiris memiliki pengaruh positif terhadap manajemen keuangan mahasiswa dalam berbagai konteks penelitian. (Fayzia Laif & Adrie Putra, 2024) menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki gaya hidup yang lebih baik dan memahami lebih banyak tentang keuangan mereka, mereka juga lebih baik mengelola keuangan pribadinya. Sejalan dengan temuan tersebut, (Cintya Bella Hayati, 2025) gaya hidup menunjukkan pengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa dengan arah hubungan positif. (Diskhamarzaweny et al., 2022) juga membuktikan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Kuantan Singingi. (Sari & Tanjung, 2024) memperkuat temuan ini dengan

menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Selain itu, (Pertwi et al., 2024) gaya hidup hedonisme menunjukkan pengaruh yang positif. Dengan demikian, kelima penelitian terdahulu tersebut secara konsisten mendukung hipotesis bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan mahasiswa.

H2: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa.

Gambar 3. Model Penelitian Empiris



Sumber: Diolah Peneliti (2026)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian eksplanatori. Responden penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Nusa Putra, Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia dengan populasi mahasiswa 8.842 dari tahun angkatan 2022 sampai 2025. Sampel diambil sebanyak 99 responden menggunakan teknik probability sampling dan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Variabel penelitian meliputi Intensitas Media Sosial, Gaya Hidup, dan Manajemen

Keuangan Mahasiswa dengan indicator yang telah ditentukan sebelumnya. Pengumpulan data primer dilakukan melalui distribusi kuisioner yang disusun berdasarkan penelitian terdahulu. Teknik analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji t, serta uji determinasi (r^2). Keseluruhan data hasil penelitian diolah dengan menggunakan program computer SPSS versi 25.

Tabel 3.1

Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Intensitas Media Sosial	Durasi Penggunaan (Lama waktu)	Menghabiskan waktu lebih dari 3 jam setiap hari untuk mengakses media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, atau YouTube.
	Pencarian Informasi	Sering melihat konten review produk dari influencer atau content creator sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang.
	Interaksi dan keterlibatan	Media sosial membantu saya untuk tetap terhubung dan berkomunikasi dengan teman-teman, baik yang dekat maupun yang jauh.
	Atensi (Tingkat Perhatian)	Cenderung menonton video atau membaca postingan di media sosial hingga selesai, terutama jika kontennya menarik.
	Dampak Psikologis	Merasa perlu untuk segera mengetahui apa yang sedang dibicarakan banyak orang di media sosial.
Gaya Hidup	Aktivitas (Kegiatan Sehari-hari)	Sering mengunjungi tempat-tempat hiburan seperti bioskop, konser musik, atau kafe kekinian untuk mengisi waktu luang.

	Minat (Ketertarikan pada Tren)	Selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan tren terbaru, baik dalam hal fashion, teknologi, maupun gaya hidup.
	Opini (Pandangan Pribadi)	Beranggapan bahwa membeli barang-barang yang sedang tren adalah hal yang wajar dilakukan oleh anak muda zaman sekarang.
	Pola Konsumsi	Sering membeli barang hanya karena keinginan sesaat, bukan karena benar-benar membutuhkannya.
	Pengaruh Lingkungan Sosial	Sering diajak teman-teman untuk mencoba tempat-tempat baru atau membeli produk-produk tertentu.
Manajemen Keuangan Mahasiswa	Perencanaan Keuangan (Budgeting)	Menyusun daftar prioritas kebutuhan, membedakan mana yang harus dibeli terlebih dahulu dan mana yang bisa ditunda.
	Pengendalian Pengeluaran	Uang saku mulai menipis di akhir bulan, saya bisa berhemat dan menahan diri untuk tidak jajan atau nongkrong.
	Perilaku Menabung	Setiap kali menerima uang saku, saya langsung menyisihkan sebagian untuk ditabung.
	Pemenuhan Kebutuhan	Memastikan kebutuhan utama saya terpenuhi terlebih dahulu sebelum memikirkan hal-hal yang bersifat konsumtif.
	Manajemen Utang	Mempertimbangkan dengan matang kemampuan membayar sebelum memutuskan untuk berutang.
	Dana Darurat	Menyisihkan sebagian uang saku untuk dana darurat, misalnya untuk keperluan mendadak seperti sakit atau motor rusak.

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics			
	N	Minimum	Maximum	Mean Std. Deviation
Intensitas Media Sosial (X1)	99	14.00	25.00	17.7374 3.14800
Gaya Hidup (X2)	99	7.00	23.00	15.2323 2.87433
Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y)	99	14.00	30.00	21.7172 4.08092
Valid N (listwise)	99			

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

1) Variabel Intesitas Media Sosial (X1)

Dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 14 sedangkan nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata sebesar 17.73 dan Standar Deviasi adalah 3.14800. Sebagian besar responden memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial yang cenderung tidak terlalu bervariasi.

2) Variabel Gaya Hidup (X2)

Dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 7 sedangkan nilai maksimum sebesar 23, nilai rata-rata sebesar 15.23 dan Standar Deviasi adalah 2.87433. Sebagian besar responden memiliki gaya hidup yang relatif seragam dengan kecenderungan berada pada kategori sedang.

3) Variabel Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y)

Dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 14 sedangkan nilai maksimum sebesar 30, nilai rata-rata sebesar 21.71 dan Standar Deviasi adalah 4.08092. Artinya masih ada mahasiswa dengan manajemen keuangan tergolong rendah maupun yang sudah sangat baik.

Tabel 2. Uji Validitas untuk X1

Item	R hitung	R tabel 5%	Sig. (2- tailed)	Keterangan
Item1	0.553	0.195	0.000	Valid
Item2	0.795	0.195	0.000	Valid
Item3	0.811	0.195	0.000	Valid
Item4	0.814	0.195	0.000	Valid
Item5	0.641	0.195	0.000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas dengan 99 responden ($df = 97$, r tabel 5% = 0.195), seluruh lima pernyataan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung $> r$ tabel 0.553 hingga 0.814 > 0.195 dan nilai signifikansi (2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$. Kelima pernyataan tersebut layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian karena memiliki korelasi yang signifikan.

Tabel 3. Uji Validitas untuk X2

Item	R hitung	R tabel 5%	Sig. (2- tailed)	Keterangan
Item1	0.758	0.195	0.000	Valid
Item2	0.779	0.195	0.000	Valid
Item3	0.765	0.195	0.000	Valid
Item4	0.645	0.195	0.000	Valid
Item5	0.621	0.195	0.000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 99 responden, diperoleh nilai r tabel sebesar 0.195 pada taraf signifikansi 5% dengan $df = 97$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > 0.195) serta nilai Sig. (2-tailed) lebih kecil

dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. Uji Validitas untuk Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y)

Item	rhitung	rtabel 5%	Sig. (2- tailed)	Keterangan
Item1	0.811	0.195	0.000	Valid
Item2	0.816	0.195	0.000	Valid
Item3	0.768	0.195	0.000	Valid
Item4	0.889	0.195	0.000	Valid
Item5	0.853	0.195	0.000	Valid
Item6	0.881	0.195	0.000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Tabel diatas hasil uji validitas terhadap 99 responden, diperoleh bahwa nilai r hitung untuk setiap pernyataan berada dalam rentang 0.768 hingga 0.889. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan r tabel sebesar 0.195 pada tingkat signifikansi 5% ($df = 97$). Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel serta nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) < 0.05 . Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 5. Uji Realibilitas

Variabel	Jumla h Item	Cronbach' s Alpha	Keteranga n
Intensitas Media Sosial	5	0.768	Reliabel
Gaya Hidup	5	0.772	Reliabel
Manajemen Keuangan Mahasiswa	6	0.916	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, suatu

instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai $\alpha > 0.60$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0.60, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen penelitian dinilai mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.90951136
Most Extreme Differences	Absolute	.227
	Positive	.227
	Negative	-.193
Test Statistic		.227
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan hasil output, diketahui bahwa jumlah data (N) sebanyak 99 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.200 > 0.05$), maka dapat dinyatakan bahwa data residual berdistribusi normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas pada analisis regresi telah terpenuhi sehingga data dapat digunakan untuk pengujian statistik parametrik.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics
Model	Tolerance	VIF
1 Intensitas Media Sosial (X1)	.832	1.201
Gaya Hidup (X2)	.832	1.201

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Nilai VIF pada kedua variabel menunjukkan angka sebesar $1.201 < 10$, sedangkan nilai Tolerance sebesar $0.832 > 0.1$. Hasil tersebut menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen. Dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) dan (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap (Y). Selain itu, model regresi yang digunakan juga telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.609	1.281		2.037	.044
Intensitas Media Sosial (X1)	.000	.062	.001	.007	.995
Gaya Hidup (X2)	.047	.075	.068	.621	.536

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, variabel Intensitas Media Sosial memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.995 yang lebih besar dari 0.05, sedangkan variabel Gaya Hidup memiliki nilai signifikansi sebesar $0.536 > 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua

variabel tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Tabel 9. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients							
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.				
1 (Constant)	9.867	1.958		5.038	.000				
Intensitas Media Sosial (X1)	.994	.103	.767	9.615	.000	.832		1.201	
Gaya Hidup (X2)	-.380	.113	-.267	-3.353	.001	.832		1.201	

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan model sebagai berikut:

Sikap dalam Manajemen Keuangan Mahasiswa = $9.867 + 0.994 X_1 - 0.380 X_2$.

Dari tabel tersebut diketahui bahwa variabel Intensitas Media Sosial memiliki koefisien regresi sebesar 0.994 dengan nilai t hitung sebesar 9.615. Sementara itu, variabel Gaya Hidup memiliki koefisien regresi sebesar -0.380 dengan nilai t hitung sebesar -3.353. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Intensitas Media Sosial (X1) merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan dalam model regresi.

Tabel 10. Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	9.867	1.958		5.038	.000
Intensitas Media Sosial (X1)	.994	.103	.767	9.615	.000
Gaya Hidup (X2)	-.380	.113	-.267	-3.353	.001

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Hasil uji T diatas menunjukkan bahwa variabel Intensitas Media Sosial (X1) terhadap Y memiliki nilai signifikansi < 0.05 , yaitu 0.000 dan t tabel = 0.195, jadi t hitung $9.615 > t$ tabel 0.195, sehingga dapat disimpulkan bahwa Intensitas Media Sosial (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y). Untuk variabel Gaya Hidup (X2) dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, dan t hitung $-3.353 < t$ tabel 0.195, artinya variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh negatif secara signifikan secara parsial terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y).

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	Model Summary		
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.492	2.93966

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.492 yang menunjukkan adanya hubungan antara

variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu, nilai R Square sebesar 0.492 menunjukkan bahwa sebesar 49,2% variasi pada Sikap dalam Manajemen Keuangan Mahasiswa dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh kedua variabel independen dalam model penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Intensitas Media Sosial terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh intensitas media sosial dan gaya hidup terhadap manajemen keuangan mahasiswa Universitas Nusa Putra, dapat disimpulkan bahwa intensitas media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai t hitung sebesar 9.615, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin tinggi pula kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan, terutama apabila media sosial dimanfaatkan sebagai sumber informasi, edukasi, dan referensi dalam pengelolaan finansial.

H1: Intensitas Media Sosial berpengaruh positif terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa

Gaya Hidup terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa

Variabel gaya hidup menunjukkan koefisien regresi negatif sebesar -0.380 dengan nilai signifikansi 0.001. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup cenderung memberikan pengaruh negatif terhadap manajemen

keuangan mahasiswa. Semakin tinggi gaya hidup konsumtif yang dimiliki mahasiswa, maka kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi cenderung menurun. Kondisi ini terlihat dari perilaku mahasiswa yang lebih mengutamakan kebutuhan gaya hidup, seperti mengikuti tren, nongkrong, dan membeli barang berdasarkan keinginan sesaat dibandingkan kebutuhan utama.

H2: Gaya Hidup berpengaruh negatif terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh intensitas media sosial dan gaya hidup terhadap manajemen keuangan mahasiswa Universitas Nusa Putra, dapat disimpulkan bahwa intensitas media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memberikan manfaat apabila dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh informasi dan edukasi mengenai pengelolaan keuangan. Sementara itu, gaya hidup berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Semakin tinggi gaya hidup konsumtif mahasiswa, maka kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi cenderung menurun. Secara keseluruhan, kedua variabel mampu menjelaskan sebesar 49,2% variasi manajemen keuangan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya jumlah responden yang masih terbatas pada mahasiswa Universitas Nusa Putra dengan sampel sebanyak 99 responden, sehingga hasil penelitian belum dapat

digeneralisasikan secara luas. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu intensitas media sosial dan gaya hidup, sehingga masih terdapat faktor lain yang kemungkinan memengaruhi manajemen keuangan mahasiswa seperti literasi keuangan, pendapatan, kontrol diri, dan lingkungan sosial.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan cakupan responden pada berbagai

perguruan tinggi agar hasil penelitian lebih representatif. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain yang relevan serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam, seperti pendekatan kualitatif atau mixed method, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi manajemen keuangan mahasiswa.

REFERENSI

- Aisyah, S., Ayu, P., & Surabaya, U. N. (2024). *Pengaruh Aesthetic Lifestyle Pada Media Sosial*. 2(12).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Cintya Bella Hayati, B. A. I. (2025). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA Cintya*. 8(8), 94–99.
- Diskhamarzeweny, D., Irwan, M., & Dewi, D. K. (2022). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI. JURNAL EKONOMI AL-KHITMAH*, 4(1 SE-Articles), 35–49. <https://doi.org/10.36378/khitmah.v4i1.2514>
- Fayzia Laif, & Adrie Putra. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Lisya. Economic Reviews Journal*, 3(4), 413–422. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.586>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Hatimatunnisani, H., Aryanti, S. S., Pancawati, K., Sutrisno, K. E., Hermawan, W., Hatimatunnisani, H., Aryanti, S. S., Pancawati, K., Sutrisno, K. E., Hermawan, W., & Keuangan, P. D. (2024). *Pengaruh Media Sosial Dan FOMO Financial Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa*. 3(2), 313–320.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Laili, D. A. N. (2022). Analisis Faktor yang Memengaruhi Perencanaan Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2 SE-), 531–544.

- <https://doi.org/10.26740/jim.v10n2.p531-544>
- Lim, X. J., Mohd Radzol, A. R. bt, Cheah, J.-H. (Jacky), & Wong, M. W. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research*, 7(2), 19–36. <https://doi.org/10.14707/ajbr.170035>
- Madichie, N. O. (2009). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (8th ed.). *Management Decision*, 47(5), 845–848. <https://doi.org/10.1108/00251740910960169>
- Novitasari, D., Juliana, J., Asbari, M., & Purwanto, A. (2021). The Effect of Financial Literacy, Parents' Social Economic and Student Lifestyle on Students Personal Financial Management. *Economic Education Analysis Journal*, 10(3), 522–531. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i3.50721>
- Nur, M., Nur Aulia, J., Atiqah, N., & Nur, W. (n.d.). *Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Dan Keputusan Keuangan Mahasiswa Iain Parepare*.
- Pertiwi, B. R. P., Syarif, D., & Sajekti, T. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Efikasi Diri Keuangan, Dan Pembayaran Fintech Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(2 SE-Articles), 1116–1126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.4081>
- Putra, R. A. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019-2021*. 32(3), 167–186.
- Putri, A. K., Hendra, D., Studi, P., Fakultas, M., & Pamulang, U. (2024). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*. 3(2), 22752–22761.
- Romansyah Sahabuddin, Ramadhani, R., Nurindah Sari, Fakhira Azzahra, & Mochammad Ridho. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Keuangan Melalui Literasi Keuangan pada Generasi Gen Z : Studi Tentang Literasi Keuangan. *Jurnal Interdisipliner*, 1(5 SE-Articles), 132–142. <https://www.eksopoda-publisher.com/index.php/JUNTER/article/view/294>
- Sari, N. W., & Tanjung, A. A. (2024). Pengaruh Lingkungan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 14(1 SE-Articles), 65–79. <https://doi.org/10.30588/jmp.v14i1.1542>
- Sholehah, N. A., & Widarno, B. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Yang Tinggal Dikos Dan Tidak Kos. *Balance:Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(18), 11–20.
- Tekanan, P., Digital, S., & Hidup, G. (2025). *Pengaruh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat*. 13(4), 226–237.

LAMPIRAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama	:
Jenis Kelamin	:
Usia	:
Program Studi	:
Semester	:
Angkatan	:

II. PERNYATAAN KUESIONER

PERNYATAAN	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1. Menghabiskan waktu lebih dari 3 jam setiap hari untuk mengakses media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, atau YouTube.					
2. Sering melihat konten review produk dari influencer atau content creator sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang.					
3. Media sosial membantu saya untuk tetap terhubung dan berkomunikasi dengan teman-teman, baik yang dekat maupun yang jauh.					
4. Cenderung menonton video atau membaca postingan di media sosial hingga selesai, terutama jika kontennya menarik.					
5. Merasa perlu untuk segera mengetahui apa yang sedang dibicarakan banyak orang di media sosial.					
6. Sering mengunjungi tempat-tempat hiburan seperti bioskop, konser musik, atau kafe kekinian untuk mengisi waktu luang.					
7. Selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan tren terbaru, baik dalam hal fashion, teknologi, maupun gaya hidup.					
8. Beranggapan bahwa membeli barang-barang yang sedang tren adalah hal yang wajar dilakukan oleh anak muda zaman sekarang.					
9. Sering membeli barang hanya karena keinginan sesaat, bukan karena benar-benar membutuhkannya.					
10. Sering diajak teman-teman untuk mencoba tempat-tempat baru atau membeli produk-produk tertentu.					
11. Menyusun daftar prioritas kebutuhan, membedakan mana yang harus dibeli terlebih dahulu dan mana yang bisa ditunda.					
12. Uang saku mulai menipis di akhir bulan, saya bisa berhemat dan menahan diri untuk tidak jajan atau nongkrong.					
13. Setiap kali menerima uang saku, saya langsung menyisihkan sebagian untuk ditabung.					
14. Memastikan kebutuhan utama saya terpenuhi terlebih dahulu sebelum memikirkan hal-hal yang bersifat konsumtif.					
15. Mempertimbangkan dengan matang kemampuan membayar sebelum memutuskan untuk berutang.					
16. Menyisihkan sebagian uang saku untuk dana darurat, misalnya untuk keperluan mendadak seperti sakit atau motor rusak.					