EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.6, No.1, November 2026

Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonistik pada Mahasiswa

Dhea Chynta Vinalia[1], Susilaningsih[2]
[1,2]Universitas Sebelas Maret, Indonesia
E-mail: dheachynta270@student.uns.ac.id[1], susilaningsih@staff.uns.ac.id[2]

Article History:
Received: 02 September 2026
Revised: 29 Oktober 2026
Accepted: 10 November 2026

Kata Kunci: *Gaya Hidup Hedonistik, Pengetahuan Keuangan, Lingkungan Sosial*

Abstrak: *Perkembangan teknologi dan kemudahan akses informasi mendorong perubahan pola konsumsi mahasiswa yang berpotensi meningkatkan gaya hidup hedonis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan dan lingkungan sosial terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan, dengan sampel sebanyak 310 responden yang ditentukan menggunakan teknik proportional stratified random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap gaya hidup hedonis, sedangkan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonis. Secara simultan, pengetahuan keuangan dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonis dengan nilai koefisien determinasi sebesar 18,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan serta pembentukan lingkungan sosial yang positif menjadi upaya penting dalam mengendalikan kecenderungan gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa.*

PENDAHULUAN

Perubahan lanskap internet di era digital telah membawa konsekuensi yang signifikan terhadap gaya hidup hedonistik yang semakin marak di kalangan mahasiswa, ditandai dengan konsumsi barang-barang mewah, *fashion* bermerek, dan gaya hidup yang dipamerkan melalui media sosial. Pada periode masa remaja, individu mengalami tahap perkembangan perilaku yang mendorong mereka untuk mencari dan berupaya mencapai identitas diri yang sempurna. Generasi Z dikenal dengan kemampuan digitalnya yang tinggi dan keterlibatan yang kuat dengan media sosial, mungkin menunjukkan peningkatan rasa takut ketinggalan (FOMO) dan sensitivitas

terhadap perbandingan sosial, sedangkan Generasi Y tetap berpengaruh dalam konsumsi barang mewah karena daya beli yang besar dan aktivitas *online* (Abdrabbo et al., 2025). Pembeli remaja memiliki kriteria yaitu, pembelian karena tren atau gaya, pembelian koleksi atau barang yang sama, dan pembelian karena pengaruh iklan atau promosi (Nadhifah et al., 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja mudah untuk berperilaku konsumtif yang disebabkan mengikuti gaya hidup agar terlihat menarik di kalangan teman-temannya.

Survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) menunjukkan angka yang mengkhawatirkan yaitu 76% mahasiswa di kota-kota besar Indonesia memilki utang konsumtif, dengan 43% diantaranya berasal dari *paylater* dan *buy now pay later* (BNPL). Sementara itu, studi Bank Indonesia (2024) mengungkapkan indeks literasi keuangan mahasiswa baru mencapai 38,45%, jauh di bawah target nasional 90% pada 2025. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki akses terhadap instrumen keuangan digital, pengetahuan mereka dalam mengelola keuangan tetap rendah. Kurniati et al., (2026) menunjukkan bahwa adanya dompet digital telah menyebabkan pergeseran tren gaya hidup dan munculnya belanja *online* yang dapat menciptakan budaya baru yaitu gaya hidup digital di kalangan milenial dan Generasi Z.

Untuk mengatasi permasalahan gaya hidup hedonistik, pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) menjadi instrumen krusial. Pengetahuan tentang keuangan dapat membantu individu untuk mengoptimalkan pengelolaan keuangannya dan mendapatkan lebih banyak keuntungan, sehingga dapat meningkatkan taraf kehidupannya (Rabbani et al., 2024). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Rahmadhani et al., (2026) yang mengungkap bahwa fenomena hedonisme sangat dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan.

Selain pengetahuan keuangan, maraknya remaja menjalani gaya hidup hedonis tidak lepas dari pengaruh lingkungan sekitarnya (Seftiana et al., 2023). Kedekatan hubungan individu dengan lingkungannya yang menentukan seseorang dipengaruhi oleh lingkungan atau tidak (Rabbani et al., 2024). Banyak mahasiswa merasa terpacu untuk terlihat modis dengan memanfaatkan perangkat terbaru, mengenakan brand ternama, atau sering berkunjung ke lokasi-lokasi terkenal demi menjaga citra sebagai anggota dari kelompok sosial tertentu (Putra et al., 2026). Hasil penelitian Rabbani et al., (2024) menunjukkan rendahnya pengaruh lingkungan sosial terhadap perencanaan keuangan pribadi menunjukkan bahwa baik lingkungan maupun masyarakat tidak memengaruhi keputusan keuangan individu, termasuk perencanaan keuangan, sesuai dengan harapan dan tujuan seseorang. Tetapi penelitian Rabbani et al., (2024) menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk gaya hidup individu, yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini yang berkembang dalam kelompok sosialnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa gaya hidup hedonistik pada mahasiswa merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sosialnya. Pengetahuan keuangan yang memadai diharapkan dapat membantu mahasiswa mempertimbangkan konsekuensi keuangan dari keputusan konsumsi, sedangkan lingkungan sosial dapat membentuk preferensi, kebiasaan, serta pola konsumsi mahasiswa melalui interaksi dengan keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sosial lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan dan lingkungan sosial terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa; (2) menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa; dan (3) menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan dan lingkungan sosial secara simultan terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa.

Berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini dirumuskan melalui beberapa pertanyaan penelitian (*research questions*), yaitu: (1) apakah pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa? (2) apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa? dan (3) apakah pengetahuan keuangan dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh terhadap gaya hidup hedonistik pada mahasiswa?

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) merupakan *grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang dibentuk oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behaviour*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Sikap menggambarkan evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku, norma subjektif mencerminkan persepsi individu mengenai tekanan atau harapan sosial dari orang-orang yang dianggap penting, sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan berkaitan dengan persepsi individu mengenai kemampuan dan kendalinya dalam melakukan suatu perilaku. Ketiga faktor tersebut selanjutnya memengaruhi niat individu yang pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya perilaku.

Dalam konteks penelitian ini, TPB digunakan untuk menjelaskan kecenderungan mahasiswa dalam membentuk gaya hidup hedonistik. Pengetahuan keuangan dapat dikaitkan dengan aspek kognitif yang mendukung pembentukan sikap mahasiswa terhadap perilaku konsumsi. Mahasiswa dengan pengetahuan keuangan yang baik diharapkan memiliki pertimbangan yang lebih rasional dalam mengelola keuangan dan mengevaluasi konsekuensi dari perilaku konsumtif, sehingga dapat membentuk sikap yang lebih positif terhadap pengelolaan keuangan dan mengurangi kecenderungan terhadap gaya hidup hedonistik. Sebaliknya, keterbatasan pengetahuan keuangan dapat menyebabkan individu kurang mampu mempertimbangkan konsekuensi keuangan dari keputusan konsumsi sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumsi yang berorientasi pada kesenangan.

Lingkungan sosial dalam penelitian ini berkaitan dengan konsep norma subjektif dalam TPB. Interaksi dengan keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sosial lainnya dapat membentuk persepsi mahasiswa mengenai perilaku yang dianggap wajar, diterima, atau diharapkan dalam kelompok sosialnya. Ketika lingkungan sosial memberikan dorongan terhadap penggunaan barang bermerek, mengikuti tren, mengunjungi tempat yang sedang populer, atau menampilkan gaya hidup tertentu melalui media sosial, mahasiswa dapat memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan perilakunya agar diterima oleh kelompok sosialnya. Dengan demikian, lingkungan sosial dapat menjadi salah satu faktor eksternal yang membentuk niat dan mendorong munculnya gaya hidup hedonistik pada mahasiswa.

Selanjutnya, kontrol perilaku yang dirasakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memahami sejauh mana mahasiswa merasa memiliki kemampuan dan kendali dalam mengatur perilaku konsumsi serta pengelolaan keuangannya. Kemudahan akses terhadap teknologi, layanan keuangan digital, *e-commerce*, dan berbagai bentuk promosi dapat memengaruhi persepsi individu mengenai kemudahan dalam melakukan konsumsi. Apabila mahasiswa merasa memiliki kemampuan dan akses yang besar untuk memenuhi keinginan konsumsi, maka peluang munculnya perilaku konsumsi yang mengarah pada gaya hidup hedonistik dapat semakin besar. Berdasarkan perspektif TPB, gaya hidup hedonistik dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk perilaku yang dapat muncul melalui proses pembentukan sikap, pengaruh norma subjektif, serta

kontrol perilaku yang dirasakan.

Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Gaya Hidup Hedonistik

Pengetahuan keuangan yang baik memberikan landasan landasan kognitif bagi individu untuk membuat keputusan keuangan yang rasional. Pengetahuan keuangan merupakan dasar keyakinan yang diperlukan seiring meningkatnya tanggung jawab individu untuk menjamin kesejahteraan keuangan jangka panjang yang diperlukan dalam konteks proses pengambilan keputusan keuangan (Normawati et al., 2021). Baioni e Silva et al., (2024) menegaskan bahwa individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih bijak dan tidak mudah terdorong pada perilaku konsumtif maupun gaya hidup hedonistik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu mengenai pengetahuan keuangan, seperti pengelolaan anggaran, tabungan, investasi, dan pengendalian utang, belum tentu semakin baik pula gaya hidupnya sehari-hari. Dengan demikian, pengetahuan keuangan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong terbentuknya gaya hidup yang baik. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama yang diajukan adalah:

H1: Pengetahuan Keuangan Berpengaruh Signifikan terhadap Gaya Hidup Hedonistik pada Mahasiswa

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonistik

Lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang berperan krusial dalam pembentukan gaya hidup hedonistik. Penelitian oleh Rabbani et al., (2024) menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk gaya hidup individu, yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini yang berkembang dalam kelompok sosialnya. Hasil penelitian Andini et al., (2024) mengonfirmasikan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonistik. Karena di lingkungan sosial yang mencakup norma dan tekanan akan mendorong individu untuk berperilaku konsumtif demi memenuhi ekspektaksi sehingga mengarah ke penerapan gaya hidup hedonistik. Berdasarkan hasil telaah berbagai penelitian terdahulu, lingkungan sosial terbukti memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis kedua diajukan:

H2: Lingkungan Sosial Berpengaruh Signifikan terhadap Gaya Hidup Hedonistik pada Mahasiswa

Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonistik

Fenomena gaya hidup hedonistik semakin berkembang di kalangan mahasiswa, ditandai dengan perilaku konsumtif seperti pembelian barang yang tidak berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan dan tren. Rendahnya pemahaman finansial menyebabkan mahasiswa cenderung melakukan pengeluaran impulsif dan kurang bertanggungjawab dalam mengelola keuangan, sehingga meningkatkan risiko terbentuknya gaya hidup hedoistik. Selain itu, lingkungan sosial mahasiswa, baik dari keluarga, teman sebaya, maupun media sosial, sering kali mendorong terbentuknya perilaku konsumtif. Tekanan sosial untuk mengikuti tren dan memperoleh pengakuan menyebabkan mahasiswa cenderung mangadopsi gaya hidup hedonistik, seperti konsumsi barang mewah dan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan.

Setiap individu yang percaya pada keterampilan dalam mengatur uang dan telah memiliki pengetahuan finansial akan mampu mengelola keuangan pribadi dengan efektif dan sistematis (Pramithasari & Wibowo, 2025) . Hal ini menunjukkan bahwa bagi seseorang yang memiliki

pemahaman yang baik tentang keuangan mampu meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam mengelola keuangan pribadi. Sejalan dengan penelitian Baioni e Silva et al., (2024) bahwa individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih bijak dan tidak mudah terdorong pada perilaku konsumtif maupun gaya hidup hedonistik. Kemudian, lingkungan sosial mencerminkan pola interaksi individu dengan lingkungannya yang memengaruhi pengelolaan pengeluaran dan waktu, sehingga dapat membentuk gaya hidup hedonistik (Zetri & Octavera, 2025) . Gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dapat mendorong terbentuknya gaya hidup hedonistik, sehingga lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonistik seseorang (Ciocodeică et al., 2025) . Hipotesis ketiga diajukan:

H3: Pengetahuan Keuangan dan Lingkungan Sosial Berpengaruh Signifikan terhadap Gaya Hidup Hedonistik pada Mahasiswa

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengukuran numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2023) . Penelitian survei digunakan untuk mengumpulkan data dari populasi yang besar dengan memanfaatkan sampel.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan jenjang S1 di sebuah universitas. Karena jumlah populasi cukup besar dan tersebar di beberapa fakultas yang artinya mempunyai unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling* (Sugiyono, 2023) . Kriteria sampel meliputi: (1) mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan; (2) angkatan 2022 dan 2023. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan diterapkan sebesar 5% (dengan total 13 indikator), maka jumlah sampel adalah 310 responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring yang didistribusikan menggunakan *google form*. Kuesioner terdiri dari dua bagian utama: bagian pertama berisi pertanyaan identitas responden (nama, NIM, angkatan, dan asal program studi), sedangkan bagian kedua berisi pernyataan terkait empat variabel penelitian. Setiap pernyataan diukur menggunakan Skala Likert lima poin dengan kategori: 1 = Sangat Setuju (SS), 2 = Setuju (S), 3 = Ragu-Ragu (RR), 4 = Tidak Setuju (TS), dan 5 = Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap variabel penelitian dioperasionalisasikan berdasarkan indikator yang dibuat. Tabel 1 menyajikan rincian definisi operasional dan indikator masing-masing variabel.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Pengetahuan Keuangan (X_1)	Tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsep dan pengelolaan keuangan pribadi	*Basic personal finance*, manajemen keuangan, manajemen kredit dan utang, tabungan, investasi, manajemen risiko	(Nababan & Sadalia dalam Suciyantina & Kurniawan (2024))
Lingkungan	Tingkat pengaruh keluarga,	Orang tua, sahabat dan	(Lesminda &

Sosial (X_2)	teman, dan media sosial terhadap perilaku mahasiswa	teman, saudara, sistem belanja *online*	Rochmawati (2021))
Gaya Hidup Hedonistik (Y)	Kecenderungan mahasiswa mencari kesenangan dan kepuasan melalui konsumsi	Kegiatan, minat, opini	(Sudarta et al., (2022))

Uji validitas dilakukan menggunakan uji validitas konstruk dengan *Pearson Product Moment Correlation*, di mana item dinyatakan valid apabila nilai r-hitung > r-tabel (pada α = 0,05) atau nilai signifikansi < 0,05. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*, di mana instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Pengujian ini dilakukan terlebih dahulu pada 30 responden pilot sebelum penyebaran kuesioner secara luas. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21. Sebelum melakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu terhadap empat asumsi klasik: (1) uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dan *P-Plot*; (2) uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* > 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10; (3) uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Scatterplot*; dan (4) uji linearitas menggunakan *Test for Linearity* dengan kriteria signifikansi *deviation from linearity* > 0,05 (Salsabilla & Izzati, 2023). Model persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:
Y = Gaya Hidup Hedonistik
α = Konstanta
b_1 = Koefisien regresi Pengetahuan Keuangan
b_2 = Koefisien regresi Lingkungan Sosial
X_1 = Pengetahuan Keuangan
X_2 = Lingkungan Sosial
e = *error* (kesalahan pengganggu)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik yang telah dilakukan, model penelitian dinyatakan telah memenuhi seluruh persyaratan dan terbebas dari gejala pelanggaran asumsi klasik, sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, tahap analisis selanjutnya dapat dilanjutkan dengan pengujian regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil ujian koefisien determinasi terdapat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel. 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	*R*	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.439[a]	.193	.188	6.70128
a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Pengetahuan Keuangan				

Sumber: (Data Primer yang Diolah, 2026)

Nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,188 menunjukkan bahwa 18,8% variasi gaya hidup hedonistik dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan keuangan dan

lingkungan sosial. Sedangkan 81,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil uji regresi linear berganda terdapat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel. 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.
Konstanta	11,429	3,175	0,002
Pengetahuan Keuangan (X_1)	0,015	0,326	0,744
Lingkungan Sosial (X_2)	0,477	8,463	0,000

Sumber: (Data Primer yang Diolah, 2026)

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Gaya Hidup Hedonistik (H1)

Hasil uji menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap gaya hidup hedonistik (β = 0,015; sig. = 0,744), sehingga H1 ditolak. Temuan ini konsisten dengan penelitian Putra et al., (2026), Nguyen (2022), dan Gadi et al., (2026) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan pengetahuan keuangan terhadap gaya hidup hedonistik. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan pengetahuan keuangan terhadap gaya hidup hedonistik. Hal ini mengindikasikan bahwa keterbatasan pemahaman tersebut dapat memengaruhi cara mahasiswa dalam mengambil keputusan konsumsi, sehingga mereka lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan, mengikuti tren, atau mencari kepuasan sesaat. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan keuangan pada seluruh indikator menjadi penting agar mahasiswa mampu mengelola keuangan secara lebih bijaksana dan mengurangi kecenderungan menjalani gaya hidup hedonistik.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonistik (H2)

Lingkungan sosial terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup hedonistik (β = 0,477; sig. = 0,000), sehingga H2 diterima. Hasil ini sejalan dengan temuan Yucha & Nurindah (2023), Dinh & Lee (2024), Ritonga et al., (2025), dan Andini et al., (2024) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi dan gaya hidup individu. Interaksi yang intens dengan keluarga, teman sebaya, maupun lingkungan sekitar mampu membentuk preferensi, kebiasaan, serta keputusan konsumsi seseorang. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial memainkan peran yang tidak kalah penting dalam membentuk gaya hidup hedonis pada remaja.

Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonistik (H3)

Koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 2 menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan (X_1) dan lingkungan sosial (X_2) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap gaya hidup hedonistik sebesar 18,8%, sedangkan sisanya sebesar 81,2% dipengaruhi oleh aspek lain di luar lingkup penelitian. Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mempunyai pengetahuan keuangan belum tentu mampu memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam menerapkan gaya hidup hedonistik,

sedangkan semakin dekat lingkungan sosial dengan kehidupan mahasiswa maka pengaruh terhadap gaya hidup menjadi lebih nyata. Perhitungan pada Tabel 3 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda variabel yang paling dominan adalah variabel lingkungan sosial dengan nilai *Beta* 0,477 lebih besar daripada variabel pengetahuan keuangan sebesar 0,015.

Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memberikan pengaruh lebih tinggi terhadap gaya hidup hedonistik mahasiswa Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan. Pengaruh lingkungan sosial yang semakin tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih mudah mengikuti tren, menyesuaikan perilaku konsumsi dengan lingkungan pergaulan, serta terdorong untuk melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh keluarga, teman sebaya, maupun sistem belanja *online*. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam menerapkan gaya hidup hedonistik. Penelitian Aprinthasari & Widiyanto (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan lingkungan sosial merupakan faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi individu, termasuk kecenderungan dalam menerapkan gaya hidup hedonistik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengetahuan keuangan berpengaruh tidak signifikan dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan. Semakin baik pemahaman keuangan dan kemampuan pengendalian diri dari lingkungan sosial, maka semakin baik pula gaya hidup mahasiswa. Namun, gaya hidup tidak selalu dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan yang mumpuni. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan responden yang hanya berasal dari mahasiswa FEB dan FKIP sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel sehingga masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi gaya hidup hedonistik. Lalu dalam pengukuran variabel pengetahuan keuangan masih menggunakan skala likert, sehingga hasil pernyataan belum menggambarkan tingkat pengetahuan keuangan yang sesungguhnya. Perguruan tinggi disarankan meningkatkan edukasi literasi keuangan melalui pembelajaran dan pelatihan keuangan praktis. OJK dan lembaga keuangan juga perlu mengembangkan program literasi keuangan digital yang sesuai dengan karakteristik mahasiswa. Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam menghadapi pengaruh gaya hidup dan meningkatkan pengendalian diri dari lingkungan sekitar dalam mengelola keuangan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden, dan menambahkan variabel lain agar hasil penelitian lebih mendalam dan komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

Abdrabbo, T., Omeish, F., Kokash, F., Alghizzawi, M., & Alfaiza, S. A. (2025). The impact of scarcity and uniqueness on luxury products purchasing intention moderated by FoMO and social comparison. *Discover Sustainability*, *6*(1). https://doi.org/10.1007/s43621-025-01830-5

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes. 50(2),* 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Andini, D. D., Rachmawati, G., & Kurniaty, D. (2024). Lingkungan Sosial dan Kepribadian Pada Pembentukan Perilaku Konsumen Terhadap Barang Mewah Palsu. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, *Vol. 18, No. 1*, 517–529.

Aprinthasari, M. N., & Widiyanto. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Business and Accounting*

Education Journal, *(1)*, 65–72. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej

Baioni e Silva, G., Longati, A. A., Sargo, C. R., Furlan, F. F., Capaz, R. S., Lora, E. E. S., & Milessi, T. S. (2024). Life Cycle Analysis of Succinic Acid Production in the Brazilian Biorefinery Context. *Sustainability (Switzerland)*, *16*(3). https://doi.org/10.3390/su16031234

Ciocodeică, D. F., Chivu, R. G., Popa, I. C., Mihălcescu, H., & Barghier, I. (2025). Hedonic and Impulsive Consumer Behavior Stimulated by Social Media: Implications for Sustainable Fashion Marketing. *Sustainability (Switzerland)*, *17*(11). https://doi.org/10.3390/su17115198

Dinh, T. C. T., & Lee, Y. (2024). Social media influencers and followers' conspicuous consumption: The mediation of fear of missing out and materialism. *Heliyon*, *10*(16). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36387

Gadi et al. (2026). Exploring the determinants of college students' consumptive behavior towards fast fashion products: A factor analysis approach. *Multidisciplinary Science Journal*. *Vol. 8 No. 3*. https://doi.org/10.31893/multiscience.2026162

Kurniati, R. R., Krisdianto, D., Deka, R. E., & Maula, T. S. (2026). Cashless society and digital wallets: Their influence on Gen Z's consumption behavior in the context of Islamic banking. *Multidisciplinary Reviews*, *9*(6). https://doi.org/10.31893/multirev.2026296

Lesminda, E., & Rochmawati. (2021). Pengaruh Uang Saku, Teman Sebaya, Lingkungan Sekitar Terhadap Pengendalian Diri Mahasiswa Dalam Pengelolaan Keuangan Di Era Covid-19. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, *9*(2), 2722–7502.

Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., Sudibyo, H., Tegal, U. P., & Arif, M. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, *10*, 17–27. https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195

Nguyen, T. A. N. (2022). Does Financial Knowledge Matter in Using Fintech Services? Evidence from an Emerging Economy. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(9). https://doi.org/10.3390/su14095083

Normawati, R., Rahayu, S., & Worokinasih, S. (2021, May 12). *Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Satisfaction on Millennials*. https://doi.org/10.4108/eai.6-3-2021.2305967

Pramithasari, C., & Wibowo, P. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan melalui Locus of Control dan Self-Efficacy. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, *6*(1), 231–249. https://doi.org/10.35912/simo.v6i1.3788

Putra, A. A. J., Forijati, & Subagyo. (2026). The influence of financial literacy, hedonism lifestyle, paylater, impulse buying through risk perception. *Multidisciplinary Science Journal*, *8*(5). https://doi.org/10.31893/multiscience.2026325

Rabbani, A. A., Tubastuvi, N., & Rahmawati, I. Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi, Lingkungan Sosial, Locul of Control dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *Vol. 8 No. 1*, 456–475.

Rahmadhani, N. A., Afdal, M., Natasya, Nanda, A., & Hendra, J. (2026). Eksplorasi Literasi Keuangan, Hedonisme, dan Perilaku Konsumtif dalam Membentuk Pola Kesehatan Keuangan Pribadi Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, *6*(1), 444–459. https://doi.org/10.55606/jurimea.v6i1.1929

Ritonga, N. A. G., Zahara, C., & Manurung, A. S. (2025). Gaya Hidup Hedonis pada Remaja

Masa Kini (Pengaruh Media Sosial dan Lingkungan Sosial). *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *Volume. 3 Nomor. 3*, 229–238. https://doi.org/10.62383/wissen.v3i3.1065

Salsabilla, S. N., & Izzati, U. A. (2023). Relationship Between Work Life Balance and Work Engagement in Teachers at X Foundation. *Jurnal Penelitian Psikologi*, *10*(01), 541–560.

Seftiana, A. F., Syafitri, A., Eliyati, Ningsih, L. S., & Jadidah, I. T. (2023). Analisis Gaya Hidup Hedonisme di Era Globalisasi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Multidisipliner KAPALAMADA*, *Vol 2, No 3*(3), 226–234.

Suciyantina, W., & Kurniawan, A. (2024). Pengetahuan Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Umkm Kabupaten Bandung Barat. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(4), 2509–2521. https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2684

Sudarta, H. A., Siregar, I., & Purnami, S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 53–63.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA, cv.www.cvalfabeta.com

Yucha, N., & Nurindah, R. (2023). Social Media Advertising, Conformity, and Environment on Hedonist Lifestyle Through Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, *4*(1), 42–48. https://doi.org/10.37802/jamb.v4i1.398

Zetri, R., & Octavera, S. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Generasi Z terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas Angkatan 2021, 2022, dan 2023)*. *6*, 2260–2275. https://doi.org/https://doi.org/10.30388/emas.v6i10.12616