Seminar & Call for Economic Paper (SCPE) UKMC 2026
31 Agustus 2026
No. ISSN 2963-153X

Pengaruh Perilaku Konsumtif *Fast Fashion* terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPMS

Lintang Dwi[1], Ayuk Putri[2], Zakia Tata[3]
[1]Universitas PGRI Mpu Sindok
[2]Universitas PGRI Mpu Sindok
[3]Universitas PGRI Mpu Sindok

089619794378

Abstrak
Fenomena konsumerisme pada industri *fast fashion* berpotensi memicu ketidakstabilan kondisi finansial di kalangan mahasiswa akibat dorongan belanja yang kurang terencana. Penelitian ini mengevaluasi dampak kebiasaan konsumtif terhadap produk *fast fashion* dalam memengaruhi kemampuan manajemen keuangan mahasiswa FEB Universitas PGRI Mpu Sindok (UPMS). Pendekatan kuantitatif korelasional diterapkan pada 198 sampel yang ditarik secara *purposive sampling* dari populasi sebesar 394 mahasiswa. Pengumpulan data berbasis kuesioner diproses menggunakan analisis regresi linear berganda. Variabel bebas diukur melalui tiga dimensi, yakni aksi beli impulsif (X_1), kebiasaan mengikuti tren (X_2), serta kecenderungan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan (X_3). Temuan pengujian secara simultan membuktikan adanya pengaruh signifikan dari perilaku konsumtif *fast fashion* terhadap kualitas pengelolaan dana dengan kontribusi determinasi *(R^2)* sebesar 71%. Secara parsial, variabel yang mengedepankan keinginan menjadi faktor yang paling dominan, diikuti oleh tindakan belanja spontan, sedangkan variabel dorongan tren tidak menunjukkan dampak yang bermakna. Kesimpulannya, pembenahan tata kelola finansial mahasiswa memerlukan penekanan pada pengendalian diri serta penyusunan prioritas alokasi dana secara rasional.
Kata Kunci: Perilaku konsumtif, *fast fashion*, pengelolaan keuangan.

Abstract
The phenomenon of consumerism within the fast fashion industry has the potential to trigger financial instability among university students due to unplanned spending urges. This study evaluates the impact of consumerist habits regarding fast fashion products on the financial management capabilities of students at the Faculty of Economics and Business (FEB), Universitas PGRI Mpu Sindok (UPMS). A quantitative correlational approach was applied to a sample of 198 students, selected via purposive sampling from a total population of 394. Data collected through questionnaires were analyzed using multiple linear regression. Independent variables were measured across three dimensions: impulsive buying (X_1), the habit of following trends (X_2), and the tendency to prioritize wants over needs (X_3). Simultaneous testing results demonstrate that fast-fashion consumer behavior significantly negatively impacts the quality of fund management, with a coefficient of determination (R^2) of 71%. Individually, the variable driven by desire emerged as the most dominant factor, followed by impulsive shopping, whereas the trend-driven variable showed no significant impact. In conclusion, improving students' financial management requires an emphasis on self-control and the rational prioritization of fund allocation.
Keywords*: Consumerist behavior, fast fashion, financial management.*

PENDAHULUAN

Mudahnya akses terhadap informasi membuat mahasiswa semakin mudah mengikuti berbagai tren konsumsi, termasuk *fashion.* Tren konsumsi yang paling banyak diminati saat ini adalah tren *fashion*, khususnya *fast fashion*. Model bisnis ini memanfaatkan mudahnya akses informasi untuk mempercepat perputaran desain pakaian dengan harga yang relatif murah, guna menjangkau pasar yang lebih luas (Rahmiati, 2016; Siddique *et al*., 2020; Zhenxiang & Lijie, 2011). Karakteristik inilah yang membuat konsumen, tanpa disadari, cenderung membeli secara

berlebihan tanpa pertimbangan matang (Rahmiati, 2016; Siddique *et al*., 2020). Yang kemudian berpengaruh terhadap bagaimana mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka (Hanifa & Utami, 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu telah banyak dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan. Pengaruh sosial berupa norma lingkungan, teman sebaya, pengendalian diri, literasi keuangan, dan media berpengaruh terhadap kualitas perilaku pengelolaan keuangan melalui indikator perencanaan anggaran (Dewi & Sunarto, 2017; Sahabuddin & Azhari, 2025). Sejalan dengan hal tersebut, temuan mengenai bahwa aspek psikologis seperti tingkat kontrol diri yang baik serta proses keputusan pembelian yang matang berperan penting terhadap fluktuasi perilaku pengelolaan keuangan pada objek serupa (Hanifa & Utami, 2024). Namun juga terdapat perbedaan pada penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kebiasaan atau perilaku konsumtif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa (Sahabuddin & Azhari, 2025). Berbagai literatur ini membuktikan bahwa perilaku pengelolaan keuangan merupakan elemen krusial yang dipengaruhi oleh banyak aspek internal maupun eksternal.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji cara siswa mengelola uang mereka, belum banyak penelitian yang meneliti bagaimana pembelian pakaian *fast fashion* memengaruhi pengelolaan keuangan mereka. Penelitian sebelumnya sebagian besar berfokus pada kebiasaan belanja secara umum. Sejauh ini, hasil penelitian sebelumnya mengenai cara orang membelanjakan uang dan mengelola keuangan mereka belum sepenuhnya sejalan satu sama lain. Hal ini menunjukkan bahwa dampak pola belanja terhadap pengelolaan keuangan belum sepenuhnya jelas, terutama jika dikaitkan dengan cara orang membeli produk *fast fashion*. Penelitian ini berusaha mengatasi masalah tersebut dengan mengkaji secara mendalam bagaimana orang membeli produk *fast fashion*, dengan fokus pada tiga aspek utama yaitu melakukan pembelian yang tidak direncanakan, membeli barang hanya karena sedang populer, dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Dengan begitu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif *fast fashion* memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Mpu Sindok.

Survei awal sudah dilakukan terhadap 60 Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas PGRI Mpu Sindok (UPMS), yang terdiri dari 20 mahasiswa dari program studi Akuntansi, 20 mahasiswa dari program studi Manajemen, dan 20 mahasiswa dari program studi Bisnis Digital. Berdasarkan temuan survei awal, 74% responden membeli barang-barang *fast fashion* tiga atau empat kali dalam tiga bulan terakhir. Selain itu, 80% responden menyatakan bahwa mereka sering melakukan pembelian impulsif terhadap barang-barang *fashion* karena adanya diskon dan tren yang sedang populer. Akibat kebiasaan ini, 70% responden mengaku mengalami masalah keuangan di akhir bulan akibat pengelolaan keuangan yang kurang baik. Hasil awal ini menyoroti betapa mendesaknya untuk meneliti bagaimana konsumsi *fast fashion* mempengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS.

KAJIAN PUSTAKA

Pengelolaan Keuangan

Menurut (Yushita, 2017), manajemen keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengatur, memanfaatkan, dan mengendalikan sumber daya keuangannya guna memenuhi kebutuhannya secara tepat waktu dan terencana. Pengelolaan uang adalah proses mengelola dan memanfaatkan aset keuangan secara bijaksana, sedangkan perilaku manajemen keuangan berkaitan dengan tanggung jawab keuangan seseorang dalam mengelola uang dan aset secara

produktif (Ida & Dwinta, 2010). Pengelolaan uang yang efektif mencegah orang terjerumus ke dalam konsumerisme berlebihan karena setiap pengeluaran dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingannya (Herdjiono *et al*., 2016). Dari pemahaman tersebut, maka hipotesisnya adalah, Ha_3: Mementingkan keinginan daripada kebutuhan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS.

Perilaku Konsumtif

Kebiasaan berbelanja yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan dikenal sebagai perilaku konsumtif (Oktaviani *et al*., 2025). Perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan saling terkait. Sangatlah penting bagi setiap orang untuk memahami, mengatur, dan menerapkan teknik pengelolaan keuangan yang bijaksana guna mencapai kesejahteraan finansial. Perilaku konsumtif berdampak positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi para siswa (Glinca, 2024; Pratama *et al*., 2023).

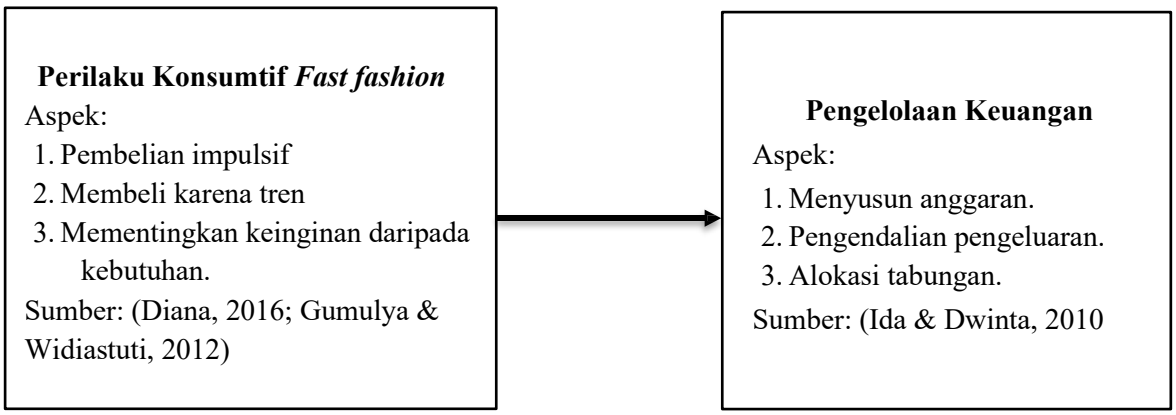
Teori Perilaku Konsumen

Minat dalam suatu barang atau jasa sangatlah berbeda-beda pada setiap individu. Menurut Engel *et al* dalam (Simamora, 2000) perilaku konsumtif adalah tindakan yang dilakukan secara langsung oleh individu termasuk proses memperoleh keputusan sebelum mendapatkan, mengonsumsi, suatu produk atau jasa. Sedangkan (Subianto, 2007) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor baik dari internal maupun eksternal, salah satunya diskon dan kemudahan akses yang memicu pembelian impulsif tanpa pertimbangan rasional. Berdasarkan pemahaman ini, maka hipotesis penelitian ini adalah Ha1: Pembelian impulsif berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS

Fast Fashion

Fast Fashion adalah penyebaran cepat tren mode yang didorong oleh tren pasar dari *catwalk*, tempat desain sering kali dibuat oleh perusahaan ternama seperti Gucci, Chanel, dan Dior, ke gerai ritel. Produsen *fast fashion* hanya membutuhkan lima minggu untuk memajang sebuah desain di toko mereka, sementara produsen pakaian pada umumnya membutuhkan waktu enam hingga sembilan bulan (Zhenxiang & Lijie, 2011). Menurut (Muhammad & Nugraha, 2023) bisnis *fast fashion* memudahkan pelanggan dengan anggaran terbatas untuk tetap tampil modis dengan menyediakan pakaian bergaya yang terus berkembang, mengikuti tren, dan terjangkau. (Hakim & Rusadi, 2022; Ramadhan, 2024). Dari karakteristik *fast fashion* yang serba cepat ini diajukan hipotesis Ha_2: Membeli karena tren berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS.

METODE PENELITIAN



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Untuk mengevaluasi dan menganalisis dampak variabel independen kebiasaan konsumsi *fast fashion* (X) terhadap variabel dependen pengelolaan keuangan mahasiswa (Y), penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-korelasional. Tiga sub-variabel utama digunakan untuk mengukur variabel perilaku pembelian *fast fashion*, yaitu: pembelian impulsif (X1), mengikuti tren (X2), dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (X3) terhadap pengelolaan keuangan yang mencangkup menyusun anggaran, pengendalian pengeluaran dan alokasi tabungan. Populasi penelitian ini terdiri dari 394 mahasiswa aktif dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas PGRI Mpu Sindok (UPMS), yang terbagi ke dalam tiga program studi: Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis Digital. Ukuran sampel berjumlah 198 responden, yang dihitung menggunakan rumus *Slovin* dengan *margin of error* sebesar 5%. Dengan menggunakan pendekatan sampel purposif dan pengambilan sampel non-probabilitas, responden dipilih berdasarkan persyaratan bahwa mereka telah membeli barang-barang *fast fashion* setidaknya tiga hingga empat kali dalam tiga bulan terakhir.

Survei daring yang menggunakan skala *Likert* 1-4 (Sangat Tidak Setuju-Sangat Setuju) digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Pemeriksaan kualitas *instrument*, seperti pengujian validitas dan reliabilitas, dilakukan sebelum analisis data lebih lanjut. Sebuah item pertanyaan dianggap valid jika nilai r yang dihitung lebih tinggi daripada nilai r dalam tabel atau jika nilai p kurang dari 0,05. Validitas dievaluasi menggunakan korelasi bivariat *Pearson*. *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas, suatu instrumen dianggap andal jika lebih besar dari 0,60.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. **Hasil Uji Statistik Deskriptif**

   Untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai data secara umum seperti rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan simpangan baku untuk masing-masing variabel Perilaku Konsumsi *Fast Fashion* (X) dan Manajemen Keuangan (Y), harus dihitung (Adityamurti & Ghozali, 2017).

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	*Minimum*	*Maximum*	*Mean*	*Std. Deviation*
Perilaku Konsumtif *Fast Fashion*	198	16.00	39.00	25.2020	5.38088
Pengelolaan Keuangan	198	11.00	40.00	26.7525	7.83681
Valid N (listwise)	198				

Dari perhitungan yang telah dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS pada tabel 1, analisis deskriptif untuk masing-masing variabel dari 198 responden dapat dijelaskan melalui interpretasi naratif sebagai berikut:

1. **Variabel Bebas (X): Perilaku Konsumtif *Fast Fashion***

   Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai skor terendah (*Minimum*) yang diberikan oleh responden untuk variabel perilaku konsumtif *fast fashion* adalah sebesar 16,00 sedangkan nilai skor tertinggi (Maksimum) mencapai 39,00. Nilai rata-rata (*Mean*) jawaban responden yang diperoleh adalah sebesar 25,2020 dengan nilai tingkat sebaran data atau standar deviasi sebesar 5,38088. Jika dikaitkan dengan rentang total instrumen kuesioner, nilai rata-rata sebesar 25,2020 ini mengindikasikan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa FEB UPMS terhadap tren produk mode massal berada pada kategori yang cukup tinggi.

2. **Variabel Terikat (Y): Pengelolaan Keuangan**

   Dari hasil pengujian pada Tabel 1, untuk variabel pengelolaan keuangan dengan jumlah sampel (N) sebanyak 198 responden, diperoleh nilai skor terendah (*Minimum*) sebesar 11,00 dan nilai skor tertinggi (*Maksimum*) sebesar 40,00. Adapun nilai rata-rata (*Mean*) yang dihasilkan dari akumulasi jawaban responden adalah sebesar 26,7525 dengan nilai standar deviasi sebesar 7,83681. Nilai standar deviasi variabel Y yang lebih besar dibandingkan variabel X (7,83681>5,38088) menunjukkan adanya variasi jawaban atau kesenjangan pola manajemen keuangan yang cukup beragam di kalangan mahasiswa. Secara umum, nilai rata-rata sebesar 26,7525 menggambarkan tingkatan pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS berada pada level yang sedang dan cenderung rentan.

2. Hasil Uji Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas telah dilakukan sebelum penyebaran angket secara *online* guna mengetahui ketepatan atau validitas pertanyaan apakah bisa untuk mengukur variabel yang diteliti. Pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau bisa juga diukur dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (Ghozali, 2011).

Tabel 2. Rekap Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	*Sig*	*Alpha*	r hitung	r tabel	Simpulan
	1	0.000	0.05	0.508	0.138	Valid

Perilaku Konsumtif *Fast Fashion*	2	0.000		0.614	0.138	Valid
	3	0.000	0.05	0.455	0.138	Valid
	4	0.000	0.05	0.614	0.138	Valid
	5	0.000	0.05	0.660	0.138	Valid
	6	0.000	0.05	0.355	0.138	Valid
	7	0.000	0.05	0.652	0.138	Valid
	8	0.000	0.05	0.666	0.138	Valid
	9	0.000	0.05	0.955	0.138	Valid
	10	0.000	0.05	0.410	0.138	Valid
Pengelolaan Keuangan	11	0.256	0.05	0.081	0.138	Tidak Valid
	12	0.000	0.05	0.961	0.138	Valid
	13	0.000	0.05	0.462	0.138	Valid
	14	0.000	0.05	0.961	0.138	Valid
	15	0.000	0.05	0.973	0.138	Valid
	16	0.000	0.05	0.973	0.138	Valid
	17	0.000	0.05	0.620	0.138	Valid
	18	0.000	0.05	0.973	0.138	Valid
	19	0.000	0.05	0.392	0.138	Valid
	20	0.000	0.05	0.973	0.138	Valid

Salah satu dari dua puluh pernyataan tersebut, yaitu pernyataan nomor 11, dinyatakan tidak valid setelah dilakukan uji validitas yang melibatkan 394 responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Mpu Sindok. Hasil uji-uji selanjutnya tidak dipengaruhi oleh pernyataan yang tidak valid tersebut, yang telah dijelaskan dalam pernyataan nomor 12. Oleh karena itu, setiap pernyataan dalam survei daring tersebut dinilai sah dan layak untuk dimasukkan ke dalam penelitian ini

2. Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas guna memastikan reliabilitas dan kekonsistenan instrumen penelitian (Ghozali, 2011).

Tabel 3. Hasil Uji Tes Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	*N of Items*
.951	19

Dari tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas, didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,951 dari 19 item pernyataan (setelah item nomor 11 dikeluarkan karena dinyatakan tidak valid pada uji sebelumnya). Merujuk pada kategori tingkat reliabilitas, di mana jika *Cronbach's Alpha* berada pada angka di atas 0,60, maka *instrument* penelitian masuk dalam kategori reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian, baik

untuk mengukur perilaku konsumtif *fast fashion* maupun pengelolaan keuangan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi, sehingga hasil pengukuran dapat diandalkan apabila digunakan secara berulang pada responden yang serupa.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pada tahap uji asumsi ini, uji normalitas dilakukan guna mengetahui residual data penelitian berdistribusi normal sehingga dapat digunakan secara pasti untuk pengujian hipotesis (Ghozali, 2011).

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		198
Normal Parameters[a]	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	4.42140873
Most Extreme Differences	*Absolute*	.085
	Positive	.085
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		1.194
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115
a. *Test distribution is Normal.*		

Dari gambar 2, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,115, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, residual data penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal, sehingga memenuhi syarat utama sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda (Ghozali, 2011).

2. Uji Multikolinearitas

Setelah uji linearitas, dilakukan Uji Multikolinearitas guna mendeteksi gejala multikolinearitas pada sub-variabel X dengan model regresi (Ghozali, 2011).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		*Collinearity Statistics*	
		Tolerance	*VIF*
1	pembelian impulsif X1	.663	1.508
	membeli karena tren X2	.538	1.859
	mementingkan keinginan X3	.413	2.419
a. *Dependent Variable*: pengelolaan keuangan			

Nilai toleransi untuk sub-variabel X1 (pembelian impulsif) adalah 0,663 dengan VIF sebesar 1,508, X2 (pembelian karena tren) sebesar 0,538 dengan VIF sebesar 1,859, dan X3 (Mengutamakan keinginan daripada kebutuhan) sebesar 0,413 dengan VIF sebesar 2,419, sesuai dengan hasil pengujian hipotesis karena ketiga sub-variabel tersebut menunjukkan nilai toleransi di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, yang mengindikasikan bahwa di antara sub-variabel dalam model regresi.

4. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

a. Uji F (*Simultan*)

Uji Regresi Linear Berganda pertama yang dilakukan adalah uji F (*simultan*), dan berikut adalah hasilnya.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA[b]						
Model		*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
1	*Regression*	8592.357	3	2864.119	158.459	.000[a]
	Residual	3506.517	194	18.075		
	Total	12098.874	197			
a. *Predictors*: (*Constant*), X3, X1, X2						
b. *Dependent Variable*: Y						

Dari nilai *sig.* 0,000 (<0,05), maka nilai F berdasarkan Tabel 6 adalah 158,459. Pada tingkat signifikansi 5%, nilai F tabel untuk derajat kebebasan df1 = 3 dan df2 = 194 adalah 2,65. H0 ditolak karena nilai F yang dihitung secara signifikan lebih tinggi daripada nilai F tabel (158,459 > 2,65) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05).

b. Uji t (*Parsial*)

Uji Regresi Linear Berganda kedua yang dilakukan adalah uji t (*parsial*), guna mengetahui seberapa besar pengaruh antara sub-variabel X (perilaku konsumtif *fast fashion*) dengan variabel Y (pengelolaan keuangan). Sub-variabel dinyatakan berpengaruh jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Dengan sampel sebanyak 198, diperoleh t tabel sebesar 1,972

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	*Std. Error*	*Beta*		
1	*(Constant)*	-1.631	1.614		-1.011	.313
	X1 (pembelian impulsif)	.880	.218	.191	4.034	.000
	X2 (membeli karena tren)	.297	.230	.068	1.292	.198
	X3 (mementingkan keinginan)	1.850	.166	.670	11.144	.000
a. *Dependent Variable*: Y						

Setelah melakukan uji regresi linear berganda, dilakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel berdasarkan tabel 4.6 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Karena nilai t yang dihitung untuk sub-variabel X1 lebih besar daripada nilai t kritis (4,034 > 1,972), H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Penolakan terhadap H_{01} menunjukkan bahwa praktik pengelolaan keuangan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Mpu Sindok lebih signifikan dipengaruhi oleh kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif terhadap barang-barang *quick fashion*.
2. Karena nilai t yang dihitung untuk sub-variabel X2 lebih kecil daripada nilai t kritis (1,292 < 1,972), H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Penolakan H_{a2} menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Mpu Sindok tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pembelian berdasarkan tren, sebagaimana ditunjukkan oleh sub-variabel X (kebiasaan konsumsi *quick fashion*).
3. Pada sub-variabel X3 memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel (11,144 > 1,972), yang dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{01} ditolak. Artinya, kecenderungan mahasiswa membeli produk *fast fashion* karena keinginan bukan kepentingan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mereka. Di antara ketiga sub-variabel, X3 ini memiliki nilai t hitung yang cukup tinggi dibandingkan yang lainnya, menunjukkan bahwa sub-variabel ini memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap penurunan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa FEB.

2. Uji Koefisien Determinasi *(R^2)*

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi *(R^2)*

Model Summary				
Model	*R*	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.843[a]	.710	.706	4.25145
a. *Predictors*: (*Constant*), X3, X1, X2				

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,710 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,706. Nilai ini menunjukkan bahwa 70,6% variasi pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh ketiga sub-variabel perilaku konsumtif *fast fashion* (pembelian impulsif, membeli karena tren, dan mementingkan keinginan daripada kebutuhan), sedangkan sisanya sebesar 29,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti literasi keuangan, kontrol diri, atau pendapatan. Nilai R^2 sebesar ini tergolong tinggi**,** menunjukkan bahwa model regresi berganda yang digunakan memiliki daya jelas yang kuat terhadap variasi pengelolaan keuangan mahasiswa.

Pembahasan

1. Pengaruh Perilaku Konsumtif *Fast Fashion* Secara Keseluruhan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa FEB UPMS

Berdasarkan analisis regresi linear berganda, diperoleh F_{hitung}= 158,459 (p = 0,000 < 0,05) dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,710. Hal ini membuktikan bahwa perilaku konsumtif *fast fashion* (meliputi pembelian impulsif, membeli karena tren, dan mementingkan keinginan daripada kebutuhan) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS dengan kontribusi sebesar 71%, sedangkan 29% sisanya dipengaruhi faktor luar.

Hasil ini mendukung teori perilaku konsumen (Simamora , 2000) di mana stimulus eksternal industri *fast fashion* seperti perubahan tren yang cepat dan harga terjangkau (Zhenxiang & Lijie, 2011) berinteraksi dengan faktor internal individu sehingga mengubah pola manajemen keuangan. Fenomena ini diperkuat oleh konsep simulacra, di mana paparan media sosial membentuk realitas semu yang mendorong konsumsi emosional tanpa disadari (Glinca, 2024).

2. Aspek Perilaku Konsumtif *Fast Fashion* Yang Paling Berpengaruh Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa FEB UPMS

Temuan analisis yang belum lengkap ini menunjukkan bahwa tidak semua aspek aktivitas konsumen secara langsung memengaruhi seberapa baik siswa mengelola keuangan mereka. Unsur paling signifikan yang menghambat pengelolaan keuangan adalah mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, diikuti oleh belanja impulsif. Di sisi lain, tidak ada dampak yang jelas dari kesadaran akan tren mode cepat itu sendiri. Hasil ini menunjukkan bahwa ketidakmampuan mahasiswa untuk mengendalikan diri dan menetapkan prioritas, bukan sekadar paparan atau pemahaman mereka terhadap tren mode baru, merupakan alasan yang paling berpengaruh secara statistik terhadap memburuknya kondisi keuangan mereka. Meskipun seseorang mengikuti tren dengan cermat, pengelolaan keuangannya akan tetap sehat jika ia dapat menghindari pembelian impulsif dan terus memprioritaskan kebutuhan pokoknya. Oleh karena itu, inisiatif literasi keuangan di kampus sebaiknya mencakup pelatihan pengendalian diri dan penetapan tujuan dalam pilihan konsumsi, selain menyediakan produk keuangan.

SIMPULAN

Secara simultan, perilaku konsumtif *fast fashion* berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FEB UPMS dengan besaran kontribusi determinasi sebesar 71%, sedangkan 29% sisanya dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian seperti tingkat

literasi keuangan, kontrol diri (*self-control*), dan besaran pendapatan/uang saku. Secara parsial, aspek mementingkan keinginan daripada kebutuhan menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi pengelolaan keuangan, diikuti oleh pembelian impulsif, sementara variabel membeli karena tren tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa penanganan masalah finansial mahasiswa perlu berfokus pada penguatan kontrol diri dan penyusunan skala prioritas, bukan sekedar membatasi paparan tren. Dengan demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada kecilnya cakupan sampel yang hanya berfokus pada satu fakultas, cakupan variabel yang belum melibatkan literasi keuangan maupun kontrol diri, serta potensi bias subjektivitas dari penggunaan kuesioner mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

Adityamurti, E., & Ghozali, I. (2017). *PENGARUH PENGHINDARAN PAJAK DAN BIAYA AGENSI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*. *6*(2010), 1–12.

Dewi, N., & Sunarto, S. (2017). *Pengaruh Lingkungan Keluarga , Teman Sebaya , Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *6*(1), 29–35. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec%0APengaruh

Ghozali, I. (2011). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Glinca, G. (2024). *Konsumerisme dalam Pandangan Jean Baudrillard*. Masjid Jendral Sudirman. https://mjscolombo.com/konsumerisme-dalam-pandangan-jean-baudrillard.html

Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). *Kritik Globalisasi : Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya*. *4*(2), 1–9.

Hanifa, anita rifda noor, & Utami, putri marganing. (2024). Seminar Nasional Pendidikan Teknik Boga dan Busana. *Seminar Nasional PTBB*, *19*(1), 1–6.

Herdjiono, I., Damanik, L. A., & Musamus, U. (2016). PENGARUH FINANCIAL ATTITUDE , FINANCIAL KNOWLEDGE , PARENTAL INCOME TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT. *Articles*, *9. No. 3,*(3), 1–16.

Ida, & Dwinta, C. yohana. (2010). *PENGARUH LOCUS OF CONTROL,FINANCIAL KNOWLEDGE, INCOME TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR*.

Khusnah, R. S., & Roosdhani, M. R. (2025). *The Influence of Information Overload on Decision Difficulty Mediated by Social Media Exhaustion on Generation Z in Jepara*. *6*(1), 1–14.

Muhammad, F., & Nugraha, I. F. (2023). Fast Fashion Dan Budaya Konsumerisme Di Indonesia: Tinjauan Melalui Perspektif Green Theory. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, *01*(11), 40–50.

Oktaviani, R. Z., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2025). Pengaruh Perilaku Konsumtif , Gaya Hidup , dan Pendapatan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, *4*(1), 83–93.

Pratama, G., Millah, F., Aeni, F., Rokhmatullah, L., Atikah, N., & Asyarofah, W. (2023). *PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP TREND FASHION STUDI KASUS MAHASISWI CIAYUMAJAKUNING*. *13*(1), 200–207.

Rahmiati, F. (2016). *The Impact of Fast Fashion Elements on Female Consumer Buying Behavior (A Study Case of H & M Grand Indonesia Shopping Town)*. *23*(2010), 38–45.

Ramadhan, A. F. (2024). Tren fast fashion pakaian masa new normal di Indonesia : Efektivitas konsep sustainable fashion terhadap lingkungan. *Article*, *1*(2), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.61511/jwsc.v1i2.2024.1247

Sahabuddin, R., & Azhari, A. (2025). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Gen Z Universitas Di Makassar. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, *2*(3), 399–408.

Siddique, S. A., Studies, M., & Xavier, S. (2020). *Impact of Pricing Strategies on Consumer Buying Behavior with Reference to Organized Retail in Ranchi*. *12*.

Simamora, B. (2000). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=pAfxNu7FFCYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=perilaku+konsumen+&ots=xkWYuCcoXi&sig=2n36pe_Howta3vMDTF-VSBq_8ds&redir_esc=y#v=onepage&q=perilaku konsumen&f=false

Subianto, T. (2007). *STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 165–182.

Williamson, T. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*. *7*(2), 107–128.

Yushita, A. N. (2017). PENTINGNYA LITERASI KEUANGAN BAGI PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI. *Article*, *VI*(Vol. 6 No. 1 (2017): Nominal April 2017), 1–16. https://doi.org/https://jurnal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/14330

Zhenxiang, W., & Lijie, Z. (2011). *Case Study of Online Retailing Fast Fashion Industry*. *1*(3).