

Analisis Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Aplikasi Tokopedia Pada Pekerja di Kota Surabaya

Izzah Asyanti Muslimah¹, Dhani Ichsanuddin Nur^{*2}

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

20012010054@student.upnjatim.ac.id¹, dhaniin.ma@upnjatim.ac.id^{*2}

ABSTRACT

Motivation for shopping is not solely driven by the need to fulfill basic necessities but also by the desire to satisfy personal wants. This issue is further intensified by the easy access to e-commerce platforms like Tokopedia, which offer a wide range of products. Individuals with higher incomes may be more susceptible to consumerist behavior when shopping online. This research seeks to investigate the impact of lifestyle, the use of digital wallets (e-wallets), and self-control on consumer behavior in online shopping through the Tokopedia app among workers in Surabaya City. The research uses a quantitative method, employing a Likert scale for data measurement. Probability sampling with simple random sampling is the technique applied, yielding a sample of 94 respondents. Data analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS) with SmartPLS 4 software, which involved validity testing, reliability testing, structural model analysis, and hypothesis testing. The results of the study show that lifestyle significantly influences consumerist behavior in online shopping through the Tokopedia app among workers in Surabaya City. However, the use of digital wallets (e-wallets) does not contribute to consumerist behavior in online shopping through the Tokopedia app among these workers, and self-control significantly influences consumerist behavior in online shopping through the Tokopedia app among workers in Surabaya City.

Keywords: *Lifestyle, Use of digital wallet, Self-control, Consumerist behavior*

ABSTRAK

Motivasi berbelanja bukan hanya didasarkan pada memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi keinginan. Situasi ini semakin diperburuk dengan kemudahan akses platform *e-commerce*, seperti Tokopedia, yang menawarkan berbagai produk. Individu yang memiliki penghasilan cenderung lebih mudah terjebak dalam perilaku konsumtif saat belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh gaya hidup, penggunaan dompet digital (*e-wallet*), dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* aplikasi Tokopedia pada Pekerja di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengukuran menggunakan skala Likert. Teknik pemilihan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling*, yang menghasilkan 94 responden. Analisis data dilakukan dengan metode PLS (*Partial Least Square*) menggunakan *software* SmartPLS 4 untuk mengolah data, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, analisis model struktural, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* aplikasi Tokopedia pada Pekerja di Kota Surabaya, penggunaan dompet digital (*e-wallet*) tidak memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif Belanja Online Aplikasi Tokopedia Pada Pekerja di Kota Surabaya, dan pengendalian diri memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* aplikasi Tokopedia pada Pekerja di Kota Surabaya.

Kata Kunci: Gaya hidup; Penggunaan dompet digital (*e-wallet*); Pengendalian diri; Perilaku

konsumtif.

PENDAHULUAN

Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi agar kelangsungan hidup dan kesejahteraannya tetap terjaga. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia melakukan kegiatan berbelanja. Wardhani & Wikartika (2023) menyatakan bahwa motivasi untuk berbelanja bukan hanya didasarkan pada memenuhi kebutuhan, melainkan juga untuk memuaskan keinginan. Fenomena inilah yang disebut sebagai perilaku konsumtif, yang berarti tindakan belanja yang didorong oleh keinginan tidak rasional, bukan prioritas. Perilaku konsumtif sering mengarah pada pemborosan, karena lebih fokus pada pemenuhan keinginan daripada kebutuhan nyata (Sufatmi & Purwanto, 2021).

Tabel 1. OCBC Financial Fitness Index (FFI) Result 2024

Deskripsi	OCBC Financial Fitness Index (FFI) Result		
	2023	2024	YoY (2023 vs 2024)
Menghabiskan Uang Untuk Gaya Hidup (%)	73%	80%	7%

Sumber: Data diolah dari ocbc.id

Hasil riset *Financial Fitness Index* (FFI) 2024 yang dilakukan oleh (OCBC NISP, 2024) untuk mengukur kesehatan finansial masyarakat Indonesia menunjukkan 80% anak muda menjawab bahwa salah satu penyebab kurangnya kesehatan finansial di Indonesia adalah kecenderungan mereka untuk menghabiskan uang demi mengikuti gaya hidup teman-temannya, yang meningkat sebesar 7% dibandingkan tahun 2023. Fenomena ini menunjukkan bahwa ketidakinginan tertinggal akan sesuatu masih terjadi di kalangan generasi muda. Hal ini terjadi akibat didorong oleh keinginan untuk merasa diterima dan diakui dalam kelompok sosial.

Tokopedia adalah platform *e-commerce* yang diluncurkan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha pada tahun 2009. Tokopedia terus berusaha untuk memperkuat posisinya sebagai salah satu situs belanja paling utama di Indonesia. Tokopedia diakuisisi oleh TikTok pada Desember 2023. Akuisisi ini senilai lebih dari 1,5 miliar dolar, dengan TikTok menguasai 75% saham Tokopedia (Kompas.com, 2024). Penggabungan ini menciptakan fitur belanja baru, Shop Tokopedia, yang memungkinkan pengguna membeli produk sambil menikmati konten kreatif TikTok sehingga berpotensi mendorong perilaku belanja impulsif.

Individu yang memiliki penghasilan cenderung lebih mudah terjebak dalam perilaku konsumtif saat belanja *online*. Penelitian Rahmat et al., (2024) menunjukkan bahwa gaji tetap dapat mempengaruhi pola konsumsi, di mana pekerja yang merasa aman secara finansial cenderung menghabiskan uang tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang. Akuisisi Tokopedia dan Shop Tokopedia menunjukkan tren

positif di kuartal IV 2024, dengan Jawa Timur mencatatkan peningkatan transaksi tertinggi, melebihi 10 kali lipat dibandingkan dengan periode yang lalu (Tempo.com, 2024). Berdasarkan *East Ventures Digital Competitiveness Index* (EV-DCI), Surabaya sebagai ibu kota provinsi, meraih peringkat ke-4 dari 157 kota/kabupaten di Indonesia dengan skor 59,4%, menjadikannya sebagai salah satu kota dengan tingkat daya saing digital terbaik di Indonesia (East Ventures, 2024). Peningkatan transaksi belanja *online* di Surabaya pada kuartal I 2023 dibandingkan tahun 2022 mencerminkan peralihan masyarakat ke *e-commerce*, didorong oleh kemudahan akses, beragam produk, dan promosi menarik.

Perilaku konsumtif akan terus meningkat karena salah satu penyebab timbulnya perilaku konsumtif adalah gaya hidup (Gunawan & Carissa, 2021). Individu yang memiliki gaya hidup buruk cenderung memboroskan uang dan waktunya dengan sia-sia (Rosita & Anwar, 2022). Didukung penelitian dari Sufatmi & Purwanto (2021) dan Wardhani & Wikartika (2023) yang menunjukkan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif. Namun penelitian dari Lestari et al., (2024) menunjukkan hal yang bertolak belakang yakni gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Salah satu cara pembayaran transaksi melalui *digital payment* adalah dengan menggunakan dompet digital (Suryanto et al., 2022). Dompet digital menjadi metode pembayaran yang paling sering digunakan ketika melakukan perbelanjaan *online*. Dengan adanya penawaran yang diberikan oleh *e-wallet* saat berbelanja *online* di *e-commerce* dapat mempengaruhi individu untuk terus melakukan pembelian sehingga apabila berlebihan dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif. Didukung penelitian dari Abidzar et al., (2023) dan Patrisia et al., (2023) yang menunjukkan penggunaan *e-wallet* mempengaruhi perilaku konsumtif. Namun penelitian yang dilakukan oleh Salsabila et al., (2024) menunjukkan hal yang bertolak belakang yakni penggunaan *e-wallet* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Untuk mencegah kebiasaan belanja yang berlebihan, individu harus memiliki kemampuan pengendalian diri yang kuat. Pengendalian diri bisa diartikan sebagai kemampuan untuk mengendalikan diri dengan memprioritaskan kebutuhan dan membuat keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangannya (Berlianti & Suwaidi, 2023). Penelitian yang dilakukan Wardhani & Wikartika (2023) dan Rakhman & Pertiwi (2023) menunjukkan bahwa pengendalian diri mempengaruhi perilaku konsumtif. Namun penelitian yang dilakukan oleh Sufatmi & Purwanto (2021) menunjukkan hal yang bertolak belakang yakni pengendalian diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1991. TPB menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang dibentuk oleh 3 faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2020). Faktor tersebut bekerja bersama-sama untuk membentuk niat individu dalam berperilaku konsumtif, yang nantinya menjadi dorongan mereka ketika mengambil tindakan dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka.

TINJAUAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori utama pada penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan Ajzen pada tahun 1991. TPB menyatakan bahwasanya perilaku individu ditentukan oleh niat (*intention*) untuk melakukannya yang dibentuk oleh 3 faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 2020). TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dilakukan oleh Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1980. Pada TRA, minat individu ditentukan oleh 2 faktor yaitu sikap dan norma subjektif. Sementara itu, dalam pengembangan ke TPB, satu faktor lagi ditambahkan, yaitu kontrol perilaku.

Gaya Hidup

Tantri et al., (2023) menjelaskan bahwa gaya hidup menggambarkan cara individu menjalani kehidupannya, termasuk apa saja produk yang mereka beli, cara mereka menggunakannya, serta perasaan dan pemikiran yang muncul setelah menggunakan produk tersebut. Apabila individu memiliki gaya hidup yang konsumtif maka akan mendorong untuk melakukan keputusan pengelolaan keuangan secara sembarangan seperti melakukan pembelian secara berlebihan sehingga akan menimbulkan perilaku konsumtif (Pristianti & Nur, 2022). Sufatmi & Purwanto (2021) menyebutkan bahwa indikator gaya hidup yaitu: Kegiatan, Minat, Opini.

Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*)

Dompot digital merupakan sebuah aplikasi yang dapat menyimpan uang dalam bentuk elektronik (Hakim et al., 2022). Dompot digital tersebut tidak memerlukan kartu fisik, cukup dengan menggunakan *smartphone* yang dapat dibawa kemana saja, pengguna sudah dapat melakukan transaksi. Abidzar et al., (2023) dan Azka (2021) menyebutkan bahwa indikator penggunaan dompot digital (*e-wallet*) yaitu: Persepsi kemudahan, Persepsi kegunaan, dan Kualitas pelayanan.

Pengendalian Diri

Pengendalian diri adalah kemampuan individu untuk mengubah sikap, mengatur informasi yang diterima, dan menentukan tindakan berdasarkan sesuatu yang dipercayai (Rakhman & Pertiwi, 2023a). Pengendalian diri dapat berfungsi sebagai pengatur perilaku sebelum mengambil keputusan untuk bertindak. Sufatmi & Purwanto (2021) menyebutkan bahwa indikator pengendalian diri yaitu: Kemampuan Mengontrol Perilaku, Kemampuan Mengantisipasi Suatu Peristiwa atau Kejadian dan Kemampuan Mengambil Keputusan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kebiasaan membeli barang secara berlebihan untuk memenuhi keinginan, bukan kebutuhan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pemborosan (Yuliawan & Subakti, 2022). Menurut Kotler (2021), perilaku konsumtif adalah kegiatan dimana individu membeli, memakai, dan memanfaatkan sesuatu bukan karena kebutuhan, melainkan semata-mata untuk memuaskan keinginan dan godaan semata. Sufatmi & Purwanto (2021) menyebutkan bahwa indikator perilaku konsumtif adalah: Membeli produk karena kemasannya

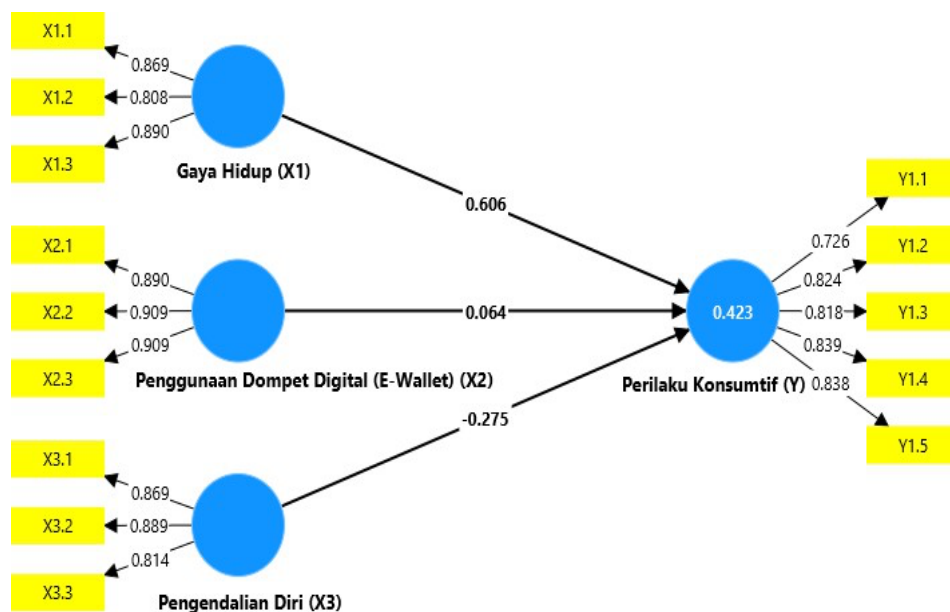
menarik, Membeli produk berdasarkan harga bukan kegunaan, Menggunakan produk karena pengaruh iklan, Meyakini bahwa membeli barang mahal dapat menambah kepercayaan diri, serta Mencoba lebih dari dua produk sejenis dari merek yang beda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada Google Form. Populasi didalam penelitian ini adalah pekerja yang tinggal dan bekerja di Kota Surabaya. Sampel dipilih menggunakan teknik *probability sampling* melalui metode *simple random sampling*. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin yang menghasilkan 94 responden. Variabel yang diteliti diukur dengan skala Likert yang memiliki rentang skor 1 hingga 5. Data dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Square (PLS)* dengan aplikasi *SmartPLS 4*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas indikator diukur dengan melihat nilai *factor loading* antara variabel ke indikator. Validitas dinyatakan mencukupi jika *factor loading* diatas 0,5 dan nilai *T-Statistic* melebihi 1,96. *Factor loading* menggambarkan seberapa kuat hubungan antara indikator dan variabel, yang dianggap valid apabila nilainya diatas 0,5 dan indikator dianggap signifikan jika *T-Statistic* melebihi 1,96.



Gambar 1. Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square

Berdasarkan gambar *outer loading* di atas, semua indikator reflektif pada variabel Gaya Hidup (X1), Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) (X2), Pengendalian Diri (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y), menunjukkan nilai *factor loading* diatas 0,50 sehingga hasil estimasi dari semua indikator tersebut memenuhi *convergent validity* atau validitasnya dikatakan baik.

Model pengukuran selanjutnya yaitu nilai *Avarage Variance Extracted* (AVE), yang menggambarkan besarnya varian indikator yang dihasilkan oleh variabel latennya. Validitas dari variabel laten dianggap baik jika konvergen Nilai AVE dihasilkan lebih besar dari 0.5.

Tabel 2. Average Variance Extracted

<i>Average Variance Extracted</i>	(AVE)
Gaya Hidup (X1)	0.733
Penggunaan Dompot Digital (<i>E-Wallet</i>) (X2)	0.814
Pengendalian Diri (X3)	0.736
Perilaku Konsumtif (Y)	0.656

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian AVE untuk variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0,733, Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) (X2) sebesar 0,814, Pengendalian Diri (X3) sebesar 0,736, dan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0.656. Semua variabel tersebut memiliki nilai diatas 0,5, yang menunjukkan bahwa validitas variabel secara keseluruhan dalam penelitian ini dikatakan baik.

Reliabilitas konstruk dinilai berdasarkan nilai *composite reliability*. Sebuah konstruk dianggap reliabel apabila nilai *composite reliability* diatas 0,70, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut konsisten dalam mengukur variabel laten.

Tabel 3. Composite Reliability

	<i>Composite Reliability</i>
Gaya Hidup (X1)	0.870
Penggunaan Dompot Digital (<i>E-Wallet</i>) (X2)	0.917
Pengendalian Diri (X3)	0.736
Perilaku Konsumtif (Y)	0.872

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil pengujian *composite reliability* menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0.870, Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) (X2) sebesar 0.917, Pengendalian Diri (X3) sebesar 0.736, dan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,872. Semua variabel tersebut memiliki nilai *composite reliability* diatas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik atau reliabel.

Selain itu, pengujian model *inner* dapat dilakukan melalui uji signifikansi statistik, *R-square*, dan nilai *Q-square*. Uji signifikansi statistik dilakukan dengan menganalisis hubungan antar variabel laten, dengan fokus pada nilai korelasi tertinggi antara variabel- variabel tersebut.

Tabel 4. Latent Variable Correlations

	Gaya Hidup (X1)	Pengendalian Diri (X3)	Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) (X2)	Perilaku Konsumtif (Y)
Gaya Hidup (X1)	1.000	0.144	0.310	0.586
Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) (X2)	0.310	0.003	1.000	0.251
Pengendalian Diri (X3)	0.144	1.000	0.003	-0.188
Perilaku Konsumtif (Y)	0.586	-0.188	0.251	1.000

Sumber: Data diolah, 2024

Dalam penelitian ini, hasil uji menunjukkan bahwa nilai korelasi tertinggi ditemukan pada variabel Gaya Hidup (X1) dengan Perilaku Konsumtif (Y) yang memiliki nilai sebesar 0,586. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Gaya Hidup (X1) dan Perilaku Konsumtif (Y) lebih kuat dibandingkan dengan hubungan antara variabel lainnya dalam model penelitian.

Tabel 5. R-Square

	R-square
Perilaku Konsumtif (Y)	0.423

Sumber: Data Diolah, 2024

Nilai R^2 sebesar 0,423 pada Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan 42,3% variasi atau perubahan dalam perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh tiga variabel utama: Gaya Hidup (X1), Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) (X2), dan Pengendalian Diri (X3). Dengan kata lain, 42,3% dari perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut. Sementara itu, sisa 57,7% dari perilaku konsumtif (Y) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Selain diketahui nilai R^2 , *Goodness of Fit Model* dalam penelitian ini juga dapat diketahui melalui nilai Q^2 atau *Q-Square predictive relevance* untuk model struktural. Dari perhitungan Q^2 yang menghasilkan nilai 0,423, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini sangat baik dan memenuhi kriteria *predictive relevance*. Selanjutnya, untuk pengujian hipotesis dapat dilihat pada hasil koefisien dan nilai *T-statistic* dari *inner model* pada tabel 6.

Tabel 6. Path Coefficients

Path Coefficients (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Gaya Hidup (X1) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0.606	0.605	0.069	8.756 0.000
Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) (X2) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0.064	0.079	0.079	0.807 0.420
Pengendalian Diri (X3) -> Perilaku Konsumtif (Y)	-0.275	-0.281	0.082	3.359 0.001

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel *path coefficients* dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan:

Hipotesis 1: Gaya hidup diduga berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Aplikasi Tokopedia Pada Pekerja di Kota Surabaya dapat diterima. Hal ini didasarkan pada *path coefficients* sebesar 0,606, dan nilai *T-statistic* sebesar 8.756 > 1,96 (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,05$) atau *P-values* sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), yang menunjukkan hasil Signifikan (positif).

Hipotesis 2: Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) diduga berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Aplikasi Tokopedia Pada Pekerja di Kota Surabaya dapat diterima. Hal ini didasarkan pada *path coefficients* sebesar 0,064, dan nilai *T-statistic* sebesar 0.807 < 1,96 (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,05$) atau *P-values* sebesar 0,420 (lebih besar dari 0,05), yang menunjukkan hasil Non Signifikan (Positif).

Hipotesis 3: Pengendalian Diri diduga berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Aplikasi Tokopedia Pada Pekerja di Kota Surabaya dapat diterima. Hal ini didasarkan pada *path coefficients* sebesar -0.275, dan nilai *T-statistic* sebesar 3.359 > 1,96 (dari nilai tabel $Z\alpha = 0,05$) atau *P-values* sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05), yang menunjukkan hasil Signifikan (Negatif).

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup (X1) memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif (Y) dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Tokopedia pada kalangan pekerja di Kota Surabaya. Hal ini didukung oleh hasil olah data SmartPLS yang membuktikan bahwa hipotesis 1 pada penelitian dapat diterima dengan hasil yang signifikan. Ketika individu mengikuti gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan jangka pendek, maka akan cenderung lebih mudah terpengaruh untuk membeli barang yang tidak diperlukan. Semakin kuat

dorongan mengikuti gaya hidup tersebut, semakin besar juga kontribusinya terhadap perilaku konsumtif. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Sufatmi & Purwanto (2021) dan Wardhani & Wikartika, (2023) yang menyatakan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital (*e-wallet*) (X2) tidak memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif (Y) dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Tokopedia pada kalangan pekerja di Kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa meski individu sering menggunakan *e-wallet*, frekuensi atau jumlah pembelian yang dilakukan tidak langsung akan meningkat. Metode pembayaran digital seperti *e-wallet* memang menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, namun hal tersebut tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan pembelian atau peningkatan pengeluaran secara signifikan. Tidak semua jenis *e-wallet* tersedia di Tokopedia, seperti ShopeePay yang hanya berlaku di platform Shopee. Hal ini berpotensi menjadi salah satu alasan mengapa penggunaan *e-wallet* tidak berkontribusi terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, Tokopedia juga menawarkan berbagai metode pembayaran lain seperti COD, *PayLater*, dan *mBanking*. Keberagaman opsi pembayaran ini menjadikan *e-wallet* bukan faktor utama dalam meningkatkan perilaku konsumtif, sehingga tidak secara langsung memengaruhi frekuensi atau jumlah pembelian. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Abidzar et al., (2023) dan Patrisia et al., (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun, penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Salsabila et al., (2024) yang berpendapat sama yakni penggunaan *e-wallet* tidak memengaruhi perilaku konsumtif. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis 2.

Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengendalian diri (X3) memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif (Y) dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Tokopedia pada kalangan pekerja di Kota Surabaya. Hal ini didukung oleh hasil olah data SmartPLS yang membuktikan bahwa hipotesis 3 pada penelitian dapat diterima dengan hasil yang signifikan negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah kemampuan pengendalian diri para pekerja, maka semakin besar pula dorongan atau godaan untuk membeli barang atau jasa yang tidak diperlukan, sehingga mengarah pada perilaku konsumtif. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wardhani & Wikartika, (2023) dan Rakhman & Pertiwi, (2023) yang menyatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengendalian diri memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan pada hasil pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup dapat mendorong dan memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* aplikasi Tokopedia pada Pekerja di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup individu, maka semakin besar pula dorongan untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Variabel penggunaan dompet digital (*e-wallet*) tidak dapat mendorong dan tidak memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* aplikasi Tokopedia pada Pekerja di Kota Surabaya. Meskipun dompet digital memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi, hal tersebut tidak cukup mempengaruhi keputusan pembelian atau peningkatan pengeluaran. Variabel Pengendalian diri dapat mendorong dan memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif belanja *online* aplikasi Tokopedia pada Pekerja di Kota Surabaya. Pekerja dengan pengendalian diri yang rendah cenderung lebih mudah terpengaruh untuk membeli barang atau jasa yang tidak diperlukan, sehingga mendorong perilaku konsumtif. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah diharapkan para pekerja lebih bijak dalam membedakan kebutuhan dan keinginan sebelum berbelanja *online*, serta mengutamakan kebutuhan yang lebih penting. Hal ini dapat mencegah pembelian impulsif dan perilaku konsumtif berlebihan, sehingga keuangan tetap stabil dan terhindar dari pemborosan yang merugikan kestabilan finansial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompet digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2018), 153-163.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Azka, F. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Komunika*, 17(2), 1-11. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>
- Berlianti, S. N., & Suwaidi, R. A. (2023). The Effect of Financial Literacy, Locus of Control and Life Style on the Financial Behavior of Peer to Peer Lending Paylater User In Surabaya City. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 4(11), 4126-4134. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.04.11.29>
- East Ventures. (2024). *Indonesia Digital Competitiveness Index 2024*. <https://east.vc/reports/east-ventures-digital-competitiveness-index-2024/>
- Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021). The Effect of Financial Literature and Lifestyle on Student Consumption Behavior. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*

(IJEBAS), 1(1), 79–86. <https://doi.org/10.54443/ijebas.v1i1.26>

- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.566>
- Kompas.com. (2024). *TikTok Resmi Akuisisi Tokopedia, Nilai Investasi Rp 23 Triliun*. <https://tekno.kompas.com/read/2024/02/01/07280097/tiktok-resmi-akuisisi-tokopedia-nilai-investasi-rp-23-triliun>
- Lestari, D. S., Mutmainah, K., & Romandhon. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(1), 119–208.
- OCBC NISP. (2024). Financial Fitness Index 2024. In *OCBC NISP*. <https://doi.org/10.1136/bjism.35.4.209>
- Patrisia, Ellyawati, N., Piar, C. S., Reza, & Astuti, R. F. (2023). Pengaruh Pembayaran Non Tunai (E-Wallet) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial FKIP Universitas Mulawarman. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 11(1), 1–8.
- Pristianti, A. D. A., & Nur, D. I. (2022). Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa di Kabupaten Jombang. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 292–298. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.94>
- Rahmat, O., Putra, A., Roslan, S., & Yusuf, B. (2024). *Perilaku Konsumtif Karyawan Industri Pertambangan Morosi (Studi di Kecamatan Morosi Kabupaten Konawe)*. 6(1).
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023a). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 5(1).
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023b). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 5(1), 560–575. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.6701>
- Rosita, C. A., & Anwar, M. (2022). Financial Literacy On Saving Behavior Through Lifestyle (Study On Female Entrepreneurs In The Sepanjang Market Sidoarjo Regency). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3327–3336. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Salsabila, F., Susanti, V., & Ermawati, L. (2024a). *Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam*. 4.
- Salsabila, F., Susanti, V., & Ermawati, L. (2024b). *Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam serta dalam*

perkembangan zaman yang semakin modern . Berkembangnya bisnis financial melalui. 4.

- Sufatmi, N., & Purwanto, E. (2021). The Effect of Financial Literature, Lifestyle, and Self-Control on Consumption Behavior on Online Shopping By State Students of State Universities in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Balance*, 17(2), 317–324. <https://doi.org/10.26618/jeb.v17i2.6207>
- Tantri, D. I. N., Hidayati, N., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Kelompok Rujukan, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2021). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 13(01), 510–518.
- Tempo.com. (2024). *Transaksi Penjualan Online di Tokopedia dan Shop Tokopedia Kuartal IV 2024 Rata-rata Naik 10 Kali Lipat*. <https://www.tempo.co/ekonomi/transaksi-penjualan-online-di-tokopedia-dan-shop-tokopedia-kuartal-iv-2024-rata-rata-naik-10-kali-lipat-1177156>
- Wardhani, S., & Wikartika, I. (2023). Analysis of Consumptive Behavior in E-Money Users. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(09), 4127–4133. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i9-01>
- Yuliawan, B. A. P., & Subakti, G. E. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(01), 35–48.