

## Pengaruh Uang Saku dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan *E-Commerce* pada Siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi

Denny Setiawan<sup>1\*</sup>, Rosmiati<sup>2</sup>, Dwi Rayana Siregar<sup>3</sup>

<sup>1\*,2,3</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi, Indonesia.

Corresponding Email: [setiawakang68@gmail.com](mailto:setiawakang68@gmail.com)<sup>1\*</sup>

**Abstrak.** Perkembangan teknologi digital telah mendorong peningkatan penggunaan e-commerce di berbagai kalangan, termasuk siswa sekolah menengah. Kemudahan akses transaksi melalui e-commerce dapat mempengaruhi perilaku konsumtif siswa, terutama dipengaruhi oleh faktor uang saku dan kemampuan pengendalian diri (self-control). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh uang saku dan self-control terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan e-commerce pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 106 siswa yang ditentukan menggunakan teknik pengambilan sampel tertentu. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan self-control berpengaruh negatif dan signifikan. Secara simultan, uang saku dan self-control berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien determinasi sebesar 34,4% menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh uang saku dan self-control, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin besar uang saku yang diterima dan semakin rendah self-control siswa, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif dalam menggunakan e-commerce pada siswa.

**Kata kunci:** Uang Saku; Self-Control; Perilaku Konsumtif; E-Commerce; Siswa.

**Abstract.** The development of digital technology has encouraged the increased use of e-commerce in various groups, including high school students. The ease of access to transactions through e-commerce can influence students' consumptive behavior, especially influenced by pocket money and self-control. This study aims to determine the effect of pocket money and self-control on consumptive behavior in the use of e-commerce among students of SMA Negeri 11 Muaro Jambi. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research sample consisted of 106 students determined using a specific sampling technique. Data analysis used multiple linear regression. The results showed that pocket money had a positive and significant effect on consumptive behavior, while self-control had a negative and significant effect. Simultaneously, pocket money and self-control had a significant effect on consumptive behavior with a coefficient of determination of 34.4% indicating that consumptive behavior was influenced by pocket money and self-control, while the rest was influenced by other factors outside the study. It can be concluded that the greater the pocket money received and the lower the students' self-control, the higher the tendency of consumptive behavior in using e-commerce in students.

**Keywords:** Allowance; Self-Control; Consumptive Behavior; E-Commerce; Students.

## Pendahuluan

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi di era digital telah mengubah pola kehidupan masyarakat secara signifikan. Kemudahan akses internet serta berkembangnya berbagai platform digital menjadikan masyarakat semakin bergantung pada teknologi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu dampak nyata perkembangan tersebut adalah perubahan perilaku konsumsi masyarakat dari sistem belanja konvensional menuju sistem belanja berbasis digital melalui *e-commerce*. Perubahan ini didorong oleh kemudahan akses, efisiensi waktu, variasi produk, serta berbagai strategi promosi yang ditawarkan platform digital. Menurut Widiastuti (2023), perkembangan teknologi informasi telah menciptakan paradigma baru dalam perilaku konsumen yang semakin adaptif terhadap teknologi. Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Pada awal tahun 2025, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai lebih dari 212 juta jiwa dengan jumlah pengguna media sosial aktif sekitar 143 juta pengguna.

Berbagai platform seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *TikTok Shop* menawarkan kemudahan transaksi, diskon, *cashback*, gratis ongkir, serta fitur pemasaran interaktif yang meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja online (Sifa *et al.*, 2024). Kondisi ini menjadikan aktivitas belanja online semakin melekat dalam kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Kelompok usia remaja, khususnya *Generasi Z*, menjadi pengguna *e-commerce* yang dominan. Widodo *et al.* (2024) menjelaskan bahwa pengguna *e-commerce* di Indonesia didominasi kelompok usia 15–24 tahun yang termasuk kategori *Generasi Z*. Kelompok ini merupakan generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital sehingga memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap berbagai platform online. Supriatna *et al.* (2023) menambahkan bahwa generasi tersebut menjadi pengguna aktif teknologi digital sekaligus kontributor terbesar transaksi online. Namun, perilaku konsumsi pada generasi muda sering kali tidak hanya didasarkan pada kebutuhan rasional, tetapi juga

dipengaruhi oleh faktor emosional seperti mengikuti tren, pengaruh media sosial, promosi digital, dan rasa takut tertinggal atau *Fear of Missing Out (FOMO)*. Fenomena tersebut juga mulai terlihat pada kalangan siswa sekolah menengah atas. Kabupaten Muaro Jambi merupakan salah satu wilayah yang mengalami peningkatan penggunaan internet dan media sosial pada kalangan remaja. Rosmeli *et al.* (2024) menjelaskan bahwa perilaku belanja online dipengaruhi berbagai determinan seperti akses teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak lagi hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi telah meluas pada kalangan pelajar. Secara teoritis, perilaku konsumtif dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Schiffman & Wisenblit (2019). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam perilaku konsumtif, keputusan siswa melakukan pembelian dipengaruhi faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal dapat berupa lingkungan, promosi, dan kemampuan finansial, sedangkan faktor internal berkaitan dengan kemampuan individu mengontrol perilakunya.

Selain itu, konsep perilaku konsumsi juga diperkuat melalui teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi faktor ekonomi, psikologis, sosial, dan budaya. Salah satu faktor eksternal yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif siswa adalah uang saku. Uang saku merupakan sumber dana utama yang digunakan siswa untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari termasuk aktivitas konsumsi melalui *e-commerce*. Fauzziyah dan Fauzziyah & Widayati (2020) menjelaskan bahwa besarnya uang saku dapat meningkatkan peluang siswa melakukan pengeluaran konsumtif apabila tidak diimbangi kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Semakin besar uang saku yang diterima siswa, semakin besar pula peluang siswa melakukan pembelian berdasarkan keinginan dibandingkan kebutuhan. Selain faktor eksternal, faktor internal berupa *self-control* juga berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Menurut Angraini & Hudaniah (2023), *self-control* merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, mengatur emosi,

serta mengambil keputusan secara rasional ketika menghadapi situasi tertentu. Dalam *e-commerce*, *self-control* menjadi penting karena siswa dihadapkan pada berbagai bentuk stimulus pemasaran seperti promosi, diskon, gratis ongkir, dan rekomendasi produk yang menarik. Perilaku konsumtif sendiri merupakan perilaku individu dalam membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara rasional. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa membeli barang karena mengikuti tren, lebih mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan, serta membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa dalam penggunaan *e-commerce* cukup tinggi. Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji perilaku konsumtif dengan berbagai variabel. Penelitian Permadani & Sartika (2025) menemukan bahwa *self-control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Widjaya *et al.* (2024) menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa. Sementara penelitian Hakim & Prasetyaningih (2024) mengkaji perilaku konsumtif siswa SMA tetapi belum menghubungkannya dengan penggunaan *e-commerce*. Meskipun penelitian mengenai perilaku konsumtif telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada mahasiswa sebagai responden.

Penelitian yang mengkaji perilaku konsumtif pada siswa sekolah menengah atas, khususnya dalam penggunaan *e-commerce*, masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya meneliti uang saku dan *self-control* secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengintegrasikan kedua variabel tersebut dalam menjelaskan perilaku konsumtif siswa SMA pada era digital. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, terdapat argumentasi bahwa semakin besar uang saku yang diterima siswa maka peluang melakukan pembelian impulsif semakin tinggi. Sebaliknya, semakin tinggi kemampuan *self-control*, maka siswa cenderung mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya. Uang saku dan *self-control* diduga memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif siswa dalam penggunaan *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pengaruh uang saku dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Berdasarkan kerangka teori dan argumentasi yang telah dijelaskan, hipotesis penelitian yang diajukan adalah: H1: Uang saku berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. H2: *Self-control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. H3: Uang saku dan *self-control* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi.

## Metodologi Penelitian

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan menganalisis pengaruh variabel independen, yaitu uang saku dan *self-control*, terhadap variabel dependen berupa perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *proportionate stratified random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan mempertimbangkan proporsi pada setiap kelompok populasi. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error rate) sebesar 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 106 responden.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Instrumen

penelitian menggunakan skala *Likert* empat tingkat dengan alternatif jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada responden sesuai kriteria penelitian.

### Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel penelitian terdiri atas tiga variabel, yaitu uang saku ( $X_1$ ), *self-control* ( $X_2$ ), dan perilaku konsumtif ( $Y$ ).

#### 1) Variabel Uang Saku ( $X_1$ )

Uang saku adalah sejumlah dana yang diberikan oleh orang tua atau wali kepada siswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan akademik maupun pribadi. Penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Moscari (2020) yaitu besarnya uang saku yang diterima, frekuensi penerimaan uang saku, sumber uang saku, penggunaan uang saku, dan kemampuan mengatur uang saku.

#### 2) Variabel Self-Control ( $X_2$ )

*Self-control* atau kontrol diri merupakan kemampuan siswa dalam mengatur pikiran, emosi, dan tindakan agar tetap sesuai dengan norma serta tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Baumeister & Vosh (2007) dalam Fakhri *et al.* (2024) yaitu *standards* (standar acuan), *monitoring* (pemantauan diri), *self-regulatory strength* (kekuatan regulasi diri), dan *motivation* (motivasi).

#### 3) Variabel Perilaku Konsumtif ( $Y$ )

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan siswa untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, lebih didorong oleh keinginan sesaat. Penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Astriana 2024) yaitu membeli produk karena penawaran khusus, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan manfaat), membeli produk hanya untuk menjaga simbol status, memakai produk karena konformitas terhadap

model/iklan, dan membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

### Metode Analisis

Metode analisis data memakai uji validitas dan reliabilitas yang digunakan untuk mengukur setiap instrumen berdasarkan indikator, uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji regresi linier berganda. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji parsial (Uji  $t$ ), uji simultan (Uji  $F$ ), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan software SPSS versi 26 untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model analisis uji regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Rumus dari persamaan pada uji regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Perilaku Konsumtif

$a$  = Bilangan Konstanta

$b_1$  = Koefisien Variabel  $X_1$

$b_2$  = Koefisien Variabel  $X_2$

$X_1$  = Uang Saku

$X_2$  = *Self-control*

$e$  = Standar Error

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) Uji validitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kevalidan alat ukur yang digunakan. Hasil uji validitas setiap variabel dengan 30 responden sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Uang Saku (X1)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Valid
Uang Saku	X1.1	0,606	0,306	Valid
	X1.2	0,637	0,306	Valid
	X1.3	0,625	0,306	Valid
	X1.4	0,523	0,306	Valid
	X1.5	0,737	0,306	Valid
	X1.6	0,554	0,306	Valid
	X1.7	0,582	0,306	Valid
	X1.8	0,425	0,306	Valid
	X1.9	0,412	0,306	Valid
	X1.10	0,633	0,306	Valid
	X1.11	0,466	0,306	Valid
	X1.12	0,452	0,306	Valid
	X1.13	0,462	0,306	Valid
	X1.14	0,587	0,306	Valid
	X1.15	0,619	0,306	Valid

Berdasarkan yang disajikan dalam tabel 1, diketahui hasil pengukuran validitas dengan jumlah pernyataan variabel Uang Saku (X1) Sebanyak 15 item, dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,306 atau ( $r$  hitung  $> 0,306$ ). Dapat disimpulkan bahwa 15 item

pernyataan pada variabel uang saku dinyatakan valid semua dan sudah sesuai dengan persyaratan suatu instrumen penelitian yaitu nilai r hitung lebih besar nilai r tabel sehingga pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Self-Control (X2)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Valid
<i>Self-Control</i>	X2.1	0,661	0,306	Valid
	X2.2	0,439	0,306	Valid
	X2.3	0,620	0,306	Valid
	X2.4	0,567	0,306	Valid
	X2.5	0,501	0,306	Valid
	X2.6	0,400	0,306	Valid
	X2.7	0,615	0,306	Valid
	X2.8	0,385	0,306	Valid
	X2.9	0,493	0,306	Valid
	X2.10	0,547	0,306	Valid
	X2.11	0,660	0,306	Valid
	X2.12	0,467	0,306	Valid

Berdasarkan yang disajikan dalam tabel 2, diketahui hasil pengukuran validitas dengan jumlah pernyataan variabel *Self-control* (X2) Sebanyak 12 item, dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,306 atau ( $r$  hitung  $> 0,306$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 12 item pernyataan pada variabel *self-*

*control* dinyatakan valid semua dan sudah sesuai dengan persyaratan suatu instrumen penelitian yaitu nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sehingga pernyataan dinyatakan valid atau layak sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Valid
Perilaku Konsutif	Y.1	0,669	0,306	Valid
	Y.2	0,432	0,306	Valid
	Y.3	0,707	0,306	Valid
	Y.4	0,680	0,306	Valid
	Y.5	0,766	0,306	Valid
	Y.6	0,429	0,306	Valid
	Y.7	0,389	0,306	Valid
	Y.8	0,420	0,306	Valid
	Y.9	0,378	0,306	Valid
	Y.10	0,727	0,306	Valid
	Y.11	0,653	0,306	Valid
	Y.12	0,570	0,306	Valid
	Y.13	0,499	0,306	Valid
	Y.14	0,467	0,306	Valid
	Y.15	0,616	0,306	Valid
	Y.16	0 523	0,306	Valid
	Y.17	0,437	0,306	Valid
	Y.18	0,746	0,306	Valid

Berdasarkan yang disajikan dalam tabel 3, diketahui hasil pengukuran validitas dengan jumlah pernyataan variabel Perilaku Konsumtif (Y) Sebanyak 18 item, dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel 0,306 atau ( $r_{hitung} > 0,306$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 18 item pernyataan pada variabel Perilaku Konsumtif dinyatakan valid semua dan sudah sesuai dengan persyaratan suatu instrumen penelitian yaitu nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sehingga

pernyataan dinyatakan valid atau layak sebagai instrumen penelitian.

#### Uji Reliabilitas

Menurut Khairinal (2016) Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu hasil estimasi memiliki konsistensi relatif jika pengukuran diulang beberapa kali, hasilnya tetap seperti sebelumnya. Adapun hasilnya yaitu:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	N of items	Cronbach' alpha	Kriteria	Kategori
Uang Saku	15	0,838	$\alpha \geq 0,6$	Sangat Tinggi
Self-Control	12	0,766	$\alpha \geq 0,6$	Tinggi
Perilaku Konsumtif	18	0,869	$\alpha \geq 0,6$	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam tabel 4, diketahui Uji Reliabilitas variabel uang saku jumlah 15 item dengan nilai cronbach alpha 0,772 kategori sangat tinggi, variabel *self-control* jumlah item 12 dengan nilai

cronbach alpha 0,708 kategori tinggi, dan variabel perilaku konsumtif jumlah item 18 dengan nilai cronbach alpha 0,880 kategori sangat tinggi.

Tabel 5. Uji Normalitas

Variabel	N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual	106	0,200	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan dalam tabel 5, diketahui hasil pengujian One-Sample Kolmogrof Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) 0,200. Yang berarti

nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$  yang dapat menunjukkan nilai terdistribusi secara normal atau dengan kata lain memenuhi prasyarat analisis.

Tabel 6. Uji Linearitas

Hubungan Variabel	Linearity	Deviation from Linearity	Keterangan
Uang Saku → Perilaku Konsumtif	106	0,548	Linear
<i>Self-Control</i> → Perilaku Konsumtif	106	0,189	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas yang disajikan dalam tabel 6, diketahui bahwa nilai linearity kecil dari 0.05 dan nilai signifikansi pada Deviation from Linearity lebih besar dari 0.05. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa

hubungan antara variabel Influencer marketing (X1) terhadap Perilaku Pembelian (Y) memiliki hubungan linear.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Uang Saku	0,788	1,269	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Self-Control</i>	0,788	1,269	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan dalam tabel 7, diketahui bahwa nilai tolerance variabel uang saku (X1) dan variabel *Self-Control* (X2) yaitu 0,788 atau lebih besar dari 0.10 ( $0,788 > 0.10$ ). Sedangkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu 1,269 yang mana

memiliki nilai lebih kecil dari 10 ( $1,269 < 10$ ). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam variabel bebas pada penelitian ini.

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Uang Saku	0,244	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Self-Control</i>	0,265	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan dalam tabel 8, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel uang saku (X1) sebesar 0.244 atau lebih besar dari 0.050 ( $0.244 > 0.050$ ). Sedangkan nilai pada variabel *Self-Control* (X2)

nilai signifikansinya sebesar 0.265 atau lebih besar dari 0.050 ( $0.265 > 0.050$ ). Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel penelitian ini.

Tabel 9. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Sig.
Konstanta	24.391	0,001
Uang Saku	1,146	0,000
<i>Self-Control</i>	-0,731	0,001

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang disajikan dalam tabel 9, diperoleh model persamaan regresi berganda dalam bentuk sebagai berikut  $Y = 24,391 + 1,146X_1 - 0,731X_2$ . Menunjukkan terdapat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana jika uang saku (X1) dan *self-control* (X2)

ialah 0 maka perilaku konsumtif (Y) bernilai sebesar 24,391 (sebagai constant). Jika nilai uang saku (X1) mengalami peningkatan 1 poin sementara nilai *self-control* (X2) tetap maka perilaku konsumtif (Y) mengalami peningkatan sebesar 1,146. Jika nilai *self-control* (X2) mengalami peningkatan 1 poin sementara nilai

uang saku (X1) tidak berubah maka perilaku konsumtif (Y) menurun sebesar 0,731. Hasil uji regresi berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa Uang Saku dan *Self-control* berpengaruh signifikansi 5% terhadap Perilaku Konsumtif, dengan Uang Saku memiliki pengaruh positif dan *Self-control* memiliki

pengaruh negatif. Artinya jika uang saku meningkat dan *self-control* menurun maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif dalam menggunakan e-commerce pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi.

Tabel 10. Uji Parsial (Uji T)

Variabel	T Hitung	Sig.	Keterangan
Uang Saku	7.550	0,000	Berpengaruh Signifikan
<i>Self-Control</i>	-3.588	0,001	Berpengaruh Signifikan

Berdasarkan hasil uji parsial (t) yang disajikan dalam tabel 10, diketahui variabel Uang Saku (X1) memiliki t hitung sebesar 7,550. Nilai t tabel dengan  $dk=n-k-1$  ( $106-2-1=103$ ) pada  $\alpha=0,05$  adalah 1,983. Karena nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung  $7,550 > t$  tabel 1,983, maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif secara parsial Uang Saku (X1) terhadap Perilaku

Konsumtif (Y). Selanjutnya variabel *Self-control* (X2) diketahui t hitung sebesar -3,588. Karena nilai Sig. sebesar  $0,001 < 0,05$  dan t hitung  $3,588 > t$  tabel 1,983, maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh negatif secara parsial *Self-control* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 11. Uji Simultan (Uji F)

Variabel	F Hitung	Sig.	Keterangan
Uang Saku (X1) dan <i>Self-control</i> (X2) → Perilaku Konsumtif (Y)	28.509	0,000	Berpengaruh Signifikan

Berdasarkan hasil uji simultan (f) yang disajikan dalam tabel 11, diperoleh nilai F hitung sebesar 28,509 yang lebih besar dari pada F tabel sebesar 3,08, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel uang saku (X1)

dan *self-control* (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *E-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi.

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R Square (R2)	Keterangan
Uang Saku (X1) dan <i>Self-control</i> (X2) → Perilaku Konsumtif (Y)	0,344	Berpengaruh Signifikan

Berdasarkan hasil uji determinasi (R2) yang disajikan dalam tabel 12, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,344 atau 34,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan kontribusi kepada variabel terikat sebesar 0,344 yang berarti 34,4% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh pengaruh uang saku dan *self-control* sedangkan sisanya ( $100\% - 34,4\% = 65,6\%$ ) terdapat 65,6% berasal dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

### Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar uang saku yang diterima siswa, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif siswa. Diterimanya hipotesis pertama menunjukkan

bahwa uang saku menjadi faktor ekonomi yang berperan dalam menentukan perilaku konsumsi siswa. Semakin besar uang saku yang dimiliki, maka semakin besar pula kemampuan siswa dalam melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Adanya berbagai promosi seperti flash sale, potongan harga, dan gratis ongkos kirim dapat meningkatkan dorongan siswa untuk melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama. Hasil penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kemampuan ekonomi seseorang dapat memengaruhi keputusan konsumsi. Individu yang memiliki sumber daya ekonomi lebih besar cenderung memiliki peluang konsumsi lebih tinggi dibandingkan individu yang memiliki kemampuan ekonomi lebih rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan Guntur (2024) yang menyatakan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, terutama ketika didukung oleh kemudahan teknologi seperti *e-commerce* dan financial technology.

Temuan ini menunjukkan bahwa uang saku berfungsi sebagai sumber daya ekonomi yang menentukan kemampuan siswa dalam melakukan aktivitas konsumsi. Semakin besar uang saku yang dimiliki siswa, semakin besar pula keleluasaan mereka dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*. Dalam konteks penggunaan *e-commerce*, kemudahan akses aplikasi belanja, ketersediaan berbagai metode pembayaran digital, serta banyaknya promosi seperti diskon, *cashback*, gratis ongkos kirim, dan flash sale dapat mendorong siswa untuk melakukan pembelian secara impulsif. Ketika siswa memiliki uang saku yang relatif besar, hambatan finansial untuk melakukan pembelian menjadi lebih rendah sehingga kecenderungan perilaku konsumtif meningkat. Dengan demikian, uang saku tidak hanya berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga dapat menjadi faktor yang mendorong konsumsi berlebihan apabila tidak disertai kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Hasil uji t menunjukkan nilai

signifikansi sebesar 0,001 ( $<0,05$ ), sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Diterimanya hipotesis kedua menunjukkan bahwa kemampuan pengendalian diri berperan dalam mengontrol perilaku konsumsi siswa. Siswa yang memiliki tingkat *self-control* tinggi cenderung mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian serta mampu mengendalikan dorongan membeli secara impulsif. Sebaliknya, siswa yang memiliki *self-control* rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh promosi maupun tren yang muncul pada platform *e-commerce*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self-control* berperan sebagai mekanisme pengendali dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Individu yang memiliki tingkat *self-control* tinggi cenderung mampu mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Sebaliknya, individu dengan *self-control* rendah lebih mudah terpengaruh oleh rangsangan eksternal seperti promosi, iklan, tren media sosial, maupun rekomendasi produk yang muncul pada platform *e-commerce*.

Menurut teori *self-control*, kemampuan mengendalikan diri memungkinkan seseorang untuk menunda kepuasan sesaat demi mencapai tujuan yang lebih rasional dan bermanfaat dalam jangka panjang. Pada siswa sekolah menengah, kemampuan ini menjadi penting karena mereka berada pada fase perkembangan yang cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan keinginan untuk mengikuti tren. Oleh karena itu, siswa yang memiliki *self-control* tinggi akan lebih selektif dalam berbelanja, sedangkan siswa dengan *self-control* rendah cenderung melakukan pembelian impulsif yang mengarah pada perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ulayya & Mujiasih (2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Temuan penelitian saat ini sangat konsisten dengan penelitian sebelumnya sehingga memperkuat argumentasi bahwa variabel *self-control* merupakan faktor psikologis yang memiliki peran penting dalam menekan perilaku konsumtif dalam menggunakan *e-commerce* pada siswa. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa uang saku dan *self-*

*control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai F hitung sebesar 28,509 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Diterimanya hipotesis ketiga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa tidak hanya dipengaruhi faktor ekonomi berupa uang saku, tetapi juga faktor internal berupa kemampuan pengendalian diri. Hasil ini menunjukkan bahwa siswa yang memiliki uang saku tinggi belum tentu memiliki perilaku konsumtif tinggi apabila diimbangi dengan *self-control* yang baik. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,344 menunjukkan bahwa uang saku dan *self-control* mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 34,4%, sedangkan 65,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan masih terdapat faktor lain seperti gaya hidup, lingkungan sosial, literasi keuangan, pengaruh teman sebaya, dan media sosial yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian oleh Fitria & Desiyanti (2025) yang juga menunjukkan bahwa secara simultan variabel uang saku dan pengendalian diri mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan *e-commerce* setelah pandemi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa uang saku dan *self-control* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce*.

Uang saku berperan sebagai faktor pendorong (*driving factor*) yang meningkatkan kemampuan siswa dalam melakukan pembelian, sedangkan *self-control* berfungsi sebagai faktor pengendali (*controlling factor*) yang membatasi tinggi rendahnya perilaku konsumtif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa tidak dapat dijelaskan hanya melalui faktor ekonomi maupun faktor psikologis secara terpisah, melainkan melalui interaksi keduanya. Uang saku memberikan kemampuan finansial untuk melakukan pembelian, sedangkan *self-control* menentukan bagaimana kemampuan tersebut digunakan dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Siswa yang memiliki uang saku tinggi belum tentu menunjukkan perilaku konsumtif apabila memiliki kemampuan pengendalian diri

yang baik. Sebaliknya, siswa yang memiliki uang saku tinggi dan *self-control* rendah cenderung lebih rentan melakukan pembelian yang didasarkan pada keinginan sesaat dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya. Oleh karena itu, upaya mengurangi perilaku konsumtif pada siswa tidak cukup hanya melalui pengawasan terhadap pemberian uang saku, tetapi juga perlu disertai penguatan kemampuan pengendalian diri dan literasi keuangan agar siswa mampu mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada satu sekolah yaitu SMA Negeri 11 Muaro Jambi sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, yaitu uang saku dan *self-control*, sehingga masih terdapat faktor lain yang belum diteliti. Implikasi ilmiah penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan teori mengenai perilaku konsumtif siswa pada penggunaan *e-commerce*, khususnya yang berkaitan dengan faktor ekonomi dan psikologis. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait perilaku konsumtif remaja. Implikasi manajerial penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pihak sekolah dan orang tua dalam meningkatkan edukasi terkait pengelolaan keuangan serta pembentukan pengendalian diri siswa. Sekolah dapat mengembangkan program literasi keuangan dan edukasi perilaku konsumsi yang baik agar siswa lebih mampu mengelola pengeluaran secara rasional. Berdasarkan keterbatasan penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, gaya hidup, lingkungan sosial, dan pengaruh media sosial serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.

## Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh uang saku dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce* pada siswa SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap

perilaku konsumtif, sedangkan *self-control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Selain itu, uang saku dan *self-control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa dipengaruhi langsung oleh faktor ekonomi (uang saku) dan faktor psikologis (*self-control*) secara bersamaan. Dampak dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak sekolah dan orang tua dalam meningkatkan edukasi pengelolaan keuangan serta pembentukan kemampuan *self-control* pada siswa agar lebih baik dalam melakukan aktivitas konsumsi, khususnya dalam penggunaan *e-commerce*. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam memperluas kajian mengenai perilaku konsumtif siswa pada era digital.

## Daftar Pustaka

- Abdan Sifa, I., Masruroh, I., Zulfa, M. A., Fitriani, S. N., & Aprianto, N. E. K. (2024). Transformasi digital *e-commerce* dalam menguasai konsentrasi pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(12), 405–413.
- Astriana, N. (2024). Dampak *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6).
- Fakhri, N., Islah, N., & Khumas, A. (2024). Efektivitas pelatihan kontrol diri untuk menurunkan ego depletion pada mahasiswa. *Procedia: Studi Kasus dan Intervensi Psikologi*, 12(1), 38–43.
- Fauzziyah, N., & Widayati, S. (2020). Pengaruh besaran uang saku dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 24.
- Fitria, R., & Desiyanti, R. (2025). Pengaruh *e-commerce*, uang saku, pengendalian diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa setelah masa pandemi Covid-19 (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Bung Hatta angkatan 2021–2023).
- Guntur, H. (2024). Pengaruh penggunaan financial technology dan uang saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(3).
- Hakim, & Prasetianingsih, E. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Sampang Cilacap.
- Khairinal. (2016). *Menyusun proposal skripsi, tesis, & disertasi*. Salim Media Indonesia.
- Moscato, I. (2020). *History of utility theory: From Jeremy Bentham to Daniel Kahneman*. Oxford University Press.
- Permadani, A. A., & Sartika, F. (2025). Pengaruh fintech dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif belanja online *e-commerce* Shopee dengan *self-control* sebagai mediasi (Studi pada mahasiswa PTN Malang). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 9(2).
- Prana, V. W., Permanasari, A., Fidyah, F., & Pradita, A. E. (2024). Pengaruh *e-commerce*, uang saku, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(2).
- Putri, L. A., & Hudaniah. (2023). Hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(2), 140–148.
- Rosmeli, R., Ekasari, N., Wiralestari, W., Saparuddin, S., Fathiyah, F., & Alvaro, R. (2024). Determinan perilaku belanja online di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 788.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.

- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriatna, A., Zahra, A., Meilani, A. P., Khusaeni, M. F., Jamilah, R., Wijaya, R., Rozak, A., & Mulyani, H. (2023). Penggunaan *e-commerce* dan tingkat literasi keuangan di kalangan siswa: Antara konsumtif atau pendapatan? *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMILA)*, 1(2).
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4).
- Widiastuti, C. T. (2023). Analisis gaya hidup sebagai variabel mediasi pada perilaku konsumtif belanja online. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(4).
- Widodo, A., Rubiyanti, N., & Madiawati, P. N. (2024). Indonesia's online shopping sector transformation: Analyzing the effects of online shopping app growth, *e-commerce* user adoption, Generation Y and Z, and shopping app advertising. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 5547–5563.