Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (1) 2026, Page: 22722-22737

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Self Control, Lifestyle terhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare

Jumriati[1], St.Nurhayati[2], Fajriani[3], Aswan[4], Andi Ugha Lolo Samanrilangi[5], Virmayanti[6]
[1,3,4,5,6] Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri SSSSParepare
[2]Institut Agama Islam Negeri Parepare
Email: [1]jumriatijum090905@gmail.com, [2]hjstnurhayati@iainpare.co.id, [3]fajriani694@gmail.com, [4]aswanazis224@gmail.com, [5]andiuga05@gmail.com, [6]virmayanti3@gmail.com
Corresponding Author: jumriatijum090905@gmail.com

Published: April , 2026

ABSTRAK

Perkembangan digital dan media sosial mendorong meningkatnya perilaku konsumtif pelajar, khususnya dalam bentuk *pembelian impulsif* yang dipicu oleh kemudahan akses e-commerce dan strategi promosi seperti diskon dan *flash sale*. Secara faktual, mahasiswa FEBI IAIN Parepare masih menunjukkan kecenderungan pembelian spontan yang mencerminkan rendahnya pengendalian diri dan pengelolaan keuangan. Secara literatur, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *pengendalian diri* berpengaruh signifikan dalam menekan *pembelian impulsif* , *gaya hidup* berpengaruh positif, sedangkan literasi keuangan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Selain itu, masih terdapat keterbatasan penelitian yang belum memasukkan variabel ketiga tersebut ke dalam perspektif keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, *pengendalian diri* , dan *gaya hidup* terhadap *pembelian impulsif* mahasiswa FEBI IAIN Parepare baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data primer melalui kuesioner skala Likert kepada 100 responden, serta dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif , sedangkan *Self Control* berpengaruh negatif dan signifikan, serta *Life Skill* berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, variabel ketiga mempunyai pengaruh signifikan terhadap *pembelian impulsif*. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa pengendalian diri dan gaya hidup menjadi faktor dominan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, sementara literasi keuangan syariah belum efektif jika hanya bersifat teoritis. Oleh karena itu, diperlukan upaya integrasi antara pemahaman dan penerapan nilai-nilai keuangan syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: Literasi keuangan Syariah, Self Control, Lifestyle, Pembelian Impulsif, Perilaku Konsumtif

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial dan tren digital saat ini memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, terutama melalui fenomena FOMO yang mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif di kalangan generasi muda (Mediacenter Riau, 2026) . Fenomena ini terlihat pada mahasiswa FEBI yang sering melakukan aktivitas belanja online melalui platform e-commerce yang semakin mudah diakses kapan saja dan di mana saja, serta cenderung mudah tergoda oleh strategi pemasaran seperti flash sale, diskon besar-besaran, dan penawaran gratis ongkir yang memicu keputusan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan matang. Kondisi ini menunjukkan bahwa self control lifestyle mahasiswa masih rendah, sehingga mereka kurang mampu menahan diri dalam menghadapi godaan konsumsi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 mencatat bahwa indeks literasi keuangan mencapai 66,46 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 80,51 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2025), namun literasi keuangan syariah baru mencapai 43,42 persen dan inklusinya hanya 13,41 persen, masih jauh di bawah angka nasional (NEWS READER, 2026).

Sejumlah studi terdahulu telah mengonfirmasi peran penting *self-control* dan *lifestyle* dalam memicu pembelian impulsif. Sebagai contoh, temuan Anindya dan Sulastiningsih (2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak signifikan dalam meredam perilaku belanja spontan

pada mahasiswa. (Anindya & Sulastiningsih, 2025). Di sisi lain, riset yang dilakukan oleh Kardena dan Rozi (2024 mengenai Pengaruh Self Control dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Impulsive Buying menunjukkan bahwa self control berpengaruh terhadap impulsive buying, (Kardena & Rozi, 2024). Sementara studi mengenai pengaruh lifestyle dan kualitas produk terhadap keputusan impulse buying konsumen shopee generasi z membuktikan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian yang tidak terencana. (Angela & Paramita, 2020). Penelitian sebelumnya masih memiliki keterbatasan karena belum secara spesifik membahas keuangan syariah, masih jarang fokus pada mahasiswa FEBI, serta belum mengombinasikan variabel ketiga utama literasi keuangan syariah, pengendalian diri, dan gaya hidup secara simultan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menanggapi keterbatasan penelitian sebelumnya dengan cara mengintegrasikan ketiga variabel dalam satu model penelitian yang komprehensif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare, Self Control dalam mengendalikan kecenderungan Pembelian Impulsif, serta menguji Lifestyle mempengaruhi Pembelian Impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare dan menguji ketiga variabel tersebut secara simultan terhadap Pembelian Impulsif pada mahasiswa FEBI IAIN Parepare sebagai konteks yang masih jarang diteliti. Secara khusus, tulisan ini membahas bagaimana tingkat pemahaman keuangan syariah, kemampuan Self control , dan Lifestyle berperan dalam membentuk perilaku Pembelian Impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Diharapkan memberikan kontribusi akademik khususnya dalam ilmu perilaku konsumen berbasis syariah serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan secara lebih bijak.

Berdasarkan tinjauan literatur dan observasi penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan syariah, Self Control, dan Lifestyle memiliki pengaruh terhadap Impulsive Buying pada mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Literasi keuangan syariah diduga berpengaruh negatif terhadap Impulsive Buying, yang berarti semakin tinggi pemahaman mahasiswa mengenai keuangan berbasis syariah, maka semakin rendah kecenderungan melakukan Impulsive Buying. Self Control juga diduga berpengaruh Negatif terhadap Impulsive Buying, dimana semakin baik Self Control Mahasiswa, maka semakin mampu menahan keinginan untuk melakukan Impulsive Buying. Sebaliknya, Lifestyle diduga berpengaruh positif terhadap Impulsive Buying, yang menunjukkan bahwa Lifestyle yang cenderung konsumtif dapat meningkatkan perilaku Impulsive Buying. Selain itu, variabel ketiga tersebut secara bersama-sama atau simultan diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying. Dengan demikian, literasi keuangan syariah, pengendalian diri, dan gaya hidup akan berdampak pada tingkat pembelian impulsif mahasiswa. Pengujian hipotesis ini diharapkan memberikan bukti mengenai hubungan antar variabel. Hasil penelitian dapat memperkuat atau memperluas temuan penelitian sebelumnya.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan, self control, lifestyle, dan Pembelian Impulsif banyak dikaji pada kalangan mahasiswa. Studi oleh Vanisa dan Sulastiningsih (2025) menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif, yang mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan keuangan belum tentu mampu mengendalikan Pembelian Impulsif. Sebaliknya, Menurut penelitian Dita dan Fahrul (2024), pengendalian diri memiliki dampak signifikan dalam mencegah perilaku impulsif. Selain itu, penelitian Veliana dan Eristia (2020) Temuan ini menunjukkan gaya hidup mendorong perilaku pembelian impulsif di kalangan generasi Z. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut dapat dipetakan, yaitu pertama, self control berperan sebagai faktor penghambat Pembelian Impulsif; kedua, lifestyle menjadi pendorong perilaku pembelian impulsif; ketiga, literasi keuangan menunjukkan hasil yang tidak konsisten dalam memengaruhi Pembelian Impulsif dan keempat, sebagian besar penelitian belum mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara simultan, khususnya dalam konteks literasi keuangan syariah dan mahasiswa FEBI, sehingga masih terdapat ruang untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

Konsep literasi keuangan syariah menitikberatkan pada kompetensi individu dalam mengatur keuangan secara islami, pengetahuan tentang layanan keuangan syariah serta komitmen untuk menerapkan transaksi yang bersih dari unsur-unsur yang dilarang agama, seperti riba, spekulasi

berlebih dan judi (Pratama & Nisa, 2024). Indikatornya adalah pengetahuan, kemampuan, sikap, kepercayaan(Sari et al., 2024). Hubungan antara literasi keuangan Islam terhadap pembelian impulsif dapat dilihat sebagai mekanisme perlindungan untuk menciptakan pola konsumsi yang mirip dengan pola jawab .dan pembelian impulsif dapat dilihat sebagai mekanisme perlindungan untuk menciptakan pola konsumsi mengantisipasi bahwa pengetahuan tentang prinsip halal , rencana penganggran , dan kesadaran utang akan memungkinkan konsekuensi untuk secara efektif mengurangi dorongan pembelian. Pendekatan literasi keuangan syariah terhadap implusif buying, Studi menggunakan pendekatan kuantitatif. Menggunakan data primer dengan angket terstruktur dengan skala Likert 1-5.

وَاٰ ِت ذَا الْقُرْبٰى حَقَّ ٗ وَالْ ِمسْ ِكيْنَ وَابْنَ ال ِسَّبِيْلِ وَلَ ُتبَذِّرْ ت ْبذِيْرًا ﴿٢٦﴾

Artinya : *Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.* (Q.s. Al-Isra/17:26)

Self control adalah kemampuan untuk mengatasi pengaruh lingkungan dengan menggunakan strategi mental dan emosi yang tepat. Indikator Self Control; Behavior Control, Cognitif Control, Decesional Control. Self control dengan implusif buying pengendalian diri atau selfontrol merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kecenderungan berbelanja secara impulsif pada mahasiswi. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri tinggi bisa menahan diri untuk tidak melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai teknik pengumpulan datanya. Data kuesioner ini berisi data diri (identitas) responden dan skala likert 1-5.

وَاَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّ ٖه وَنَهَى النَّفْسَ ِعَنِ الْهٰ ٰوى ﴿٤٠﴾؛

Artinya: *Adapun orang-orang yang takut pada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya.* (Q.s. An-naziat/79:40)

Menurut Kotler dan Keller Gaya hidup merujuk kepada seseorang aktivitas, minat, dan harta benda seseorang dan pendapatannya Sedangkan Menurut Mowen dan Minor (dalam Fitria,2022) mengemukakan bahwa Gaya hidup menandakan bagaimana seorang menjalankan kehidupannya, bagaimana menggunakan uangnya dan bagaimana memaksimalkan waktunya. (Hidayat & Tryanti, 2018). Kemudahan dalam berbelanja online kini dapat menimbulkan perilaku pembelian impulsif, terutama di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang terlibat dalam pembelian impulsif cenderung berfokus pada kesenangan dan kenikmatan yang diperoleh dari berbelanja, daripada hanya memenuhi kebutuhan fungsional. semakin tinggidan intens shopping lifestyle atau gaya hidup belanja individu, maka semakin besarpula kecenderungannya melakukan pembelian impulsif indikator yang digunakan dalam gaya hidup yaitu Belanja, Keluarga, diri sendiri, dan isu sosial (Zakiyah et al., 2022). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif.

يٰبَنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ ِعْنَدَ كُ ِّل مَسْ ِجدٍ وَّكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَ تُسْ ِرفُوْ ٓا ۚاِنَّ ٗه لَ يُ ِحبُّ الْمُسْ ِرفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya : *Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.* (Q.s Al-A'raf/7:31)

Menurut Mowen & Minor sebagaimana Pembelian impulsif yaitu pembelian secara sembarangan tanpa pengetahuan atau pertimbangan sebelumnya. Selain itu pembelian impulsif adalah tindakan seseorang yang cenderung membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan konsekuensinya . Namun , meskipun konsumen menyadari bahwa mereka sebelumnya tidak mempertimbangkan pembelian tersebut , mereka tetap melakukan perilaku ini . (Salsabila et al., 2024). Salah satunya faktor yang memengaruhi pembelian impulsif adalah emosi negatif , seperti perasaan tidak menyenangkan yang dapat membuat hilangnya kendali atas dorongan untuk berbelanja. Sudaryono (2016) mengidentifikasi bahwa perilaku konsumsi masyarakat Indonesia cenderung bersifat tidak terencana (*unplanned*). Selain itu, mereka sering kali mengutamakan pertimbangan jangka pendek dan sangat menitikberatkan pada aspek kontekstual dalam pengambilan keputusan pembelian.

اِنَّ الْمُبَذِّ ِريْنَ كَانُ ٓوْا اِخْوَانَ الشَّيٰ ِطيْ ِن وَكَانَ الشَّيْطٰنُ ِلرَبِّ ٖه كَفُوْرًا ﴿٢٧﴾

Artinya : "*Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*" (Q.s Al-Isra/17:27)

Perilaku Konsumtif yaitu penggunaan barang yang tidak selesai maksudnya belum habis barang yang digunakan seseorang tetapi sudah beralih ke barang sama dengan merek lain selain itu perilaku ini juga dikarenakan adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu barang karena banyak yang menggunakan nya (Purwanto, 2019). Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli produk tanpa mempertimbangkan secara rasioanl, di mana individu tersebut tidak mendasarkan pembeliannya pada kebutuhan sebenarnya, indikator perilaku konsumtif yaitu mendahulukan keinginan dibanding keperluan, Memprioritaskan harga daripada keuntungan, Membeli produk secara berlebihan, Untuk melengkapi kebutuhan gaya hidup, Membeli produk karena kemasan yang menarik dan unik dan Untuk meningkatkan status sosial. (Rohmah et al., 2024)

وَيَدْعُ ا ْ لْاِنْسَانُ ب ِالشَّ ر ِ دُعَاءَ ه ب ِالْخَيْ ر ِ وَكَانَ ا ْ لْاِنْسَانُ عَجُوْلً

Artinya : "*Manusia (seringkali) berdoa untuk (mendapatkan) keburukan sebagaimana (biasanya) berdoa untuk (mendapatkan) kebaikan. Manusia itu (sifatnya) tergesa-gesa."* (Q.s al-isra/17:11)

Temuan Vanisa dan Sulastiningsih (2025) tidak menunjukkan adanya pengaruh yang terhadap Pembelian Impulsif artinya bahwa literasi keuangan syariah belum mampu mempengaruhi Pembelian Impulsif, Penelitian kedua yang dilakukan oleh Dita dan Fahrul (2024) menandakan bahwa variabel self control memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembelian Impulsif, tetapi pada penelitian ini tidak memiliki variabel Life Style sebagai variabel independennya yang belum dapat dipastikan memiliki pengaruh signifikan terhadap Pembelian Impulsif. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Veliana dan Eristia (2020) membuktikan bahwa Life Style memiliki pengaruh yang positif terhadap Pembelian Impulsif, tetapi di lain sisi penelitian ini tidak terdapat variabel Literasi Keuangan Syariah dan Self Control. Penelitian terdahulu masih memiliki beberapa keterbatasan yang menjadi celah penelitian. dimana belum mengintegrasikan ketiga variabel secara simultan, karena hanya meneliti satu atau dua variabel saja, masih terbatas pada literasi keuangan konvensional dan minim pada mahasiswa FEBI atau kampus berbasis Islam. Di sisi lain, aspek religius dalam perilaku konsumsi juga belum banyak diperhatikan.

Penelitian ini menguji bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah, self control, lifestyle terhadap Pembelian Impulsif dalam satu model analisis. Penelitian ini menggunakaan pendekatan ekonomi islam bagaimana menekankan pengelolaan keuangan sesuai prinsip islam dimana dalam penelitian terdahulu masih jarang diteliti dan lebih berfokus pada literasi keuangan secara umum serta menghindari perilaku israf (boros) seperti halnya Pembelian Impulsif. Selain itu, penelitian ini secara khusus mengambil objek mahasiswa FEBI IAIN Parepare yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi Islam yang tentunya mempelajari bagaimana pengelolaan keuangan yang baik dan sesuai prinsip islam tetapi faktanya masih banyak yang belum menerapkannya, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih kontekstual terkait perilaku konsumsi mahasiswa berbasis prinsip syariah. penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur yang belum banyak mengkaji literasi keuangan syariah, serta kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi Pembelian Impulsif serta upaya pengendaliannya pada kalangan mahasiswa

METODE

Penelitian ini berfokus pada individu, yaitu mahasiswa FEBI IAIN Parepare sebagai subjek utama yang mengalami dan menunjukkan perilaku tersebut. Menurut data dari fakultas ekssonomi dan bisnis islam Institut agama islam negeri (IAIN) Parepare jumlah mahasiswa FEBI sebanyak 2.449 yang terdiri dari 7 program studi. Kriteria responden terdiri dari mahasiswa laki-laki dan perempuan, responden berada pada rentang usia 18–24 tahun, berasal dari 7 program studi di FEBI IAIN Parepare, dan Mahasiswa yang sering berbelanja tanpa perencanaan. Fokus pada individu juga memungkinkan peneliti untuk mengukur secara langsung sejauh mana literasi keuangan syariah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, self control lifestyle sebagai variabel internal juga hanya dapat diamati secara mendalam melalui perilaku masing-masing individu. Penelitian ini dapat mengidentifikasi pola perilaku konsumtif, seperti kecenderungan membeli barang secara spontan, mudah terpengaruh promosi, serta kurangnya perencanaan keuangan. Oleh karena itu, pendekatan pada level individu dianggap paling relevan untuk menghasilkan data yang akurat .Hasil analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran nyata tentang perilaku Pembelian Impulsif di kalangan mahasiswa FEBI

Studi ini menerapkan metodologi kuantitatif, yaitu sebuah desain riset yang mendeskripsikan fenomena melalui penghimpunan data angka untuk kemudian diolah dengan teknik matematis. Penggunaan perspektif kuantitatif ini bertujuan guna memetakan korelasi di antara variabel-variabel penelitian, yang mencakup pengetahuan finansial islami, kontrol diri, gaya hidup, serta perilaku belanja spontan. Instrumen pengumpulan data utama dilakukan lewat distribusi angket kepada responden mahasiswa, yang nantinya mentransformasikan informasi menjadi data numerik guna menjalani pengujian keabsahan serta keandalan instrumen (Herlina, 2019). Proses pengolahan data menggunakan instrumen statistik berupa analisis regresi linear berganda untuk mengukur intensitas pengaruh dari tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pemanfaatan rancangan ini dianggap sangat relevan dengan sasaran penelitian yang berfokus pada pembuktian pengaruh serta keterkaitan antara literasi keuangan syariah, pengendalian diri, dan gaya hidup terhadap pembelian impulsif secara konkret dan objektif.

Sumber data diperoleh dari beberapa jenis data yang saling melengkapi yaitu data primer dan sekunder, di mana data primer yaitu informasi didapat dari sumber aslinya di lokasi atau objek riset melalui interaksi dengan responden (Rahmadi, 2011), yakni mahasiswa FEBI IAIN Parepare, yang dijadikan sebagai subjek penelitian melalui penyebaran kuesioner untuk mengukur tingkat literasi keuangan syariah, self control lifestyle, serta perilaku Pembelian Impulsif. Sementara itu, data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang sudah ada Peneliti juga dapat memanfaatkan sumber dari media online, seperti berita dan laporan terkait bagaimana literasi keuangan syariah saat ini dan bagaimana perilaku Pembelian Impulsif khususnya dikalangan mahasiswa. Penggunaan berbagai sumber data ini bertujuan untuk meningkatkan keakuratan dan kedalaman analisis penelitian. Oleh karen itu, data yang diperoleh tidak hanya bersifat kuantitatif tetapi juga didukung oleh informasi kontekstual yang relevan.

Peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui beberapa proses yang sistematis dan saling melengkapi. Pertama, peneliti melakukan observasi dimana metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung dengan mengamati perilaku konsumsi mahasiswa, khususnya dalam aktivitas belanja online dan kecenderungan Pembelian Impulsif (Br.Sembiring et al., 2023). Selanjutnya, Teknik survei melibatkan pengambilan data dari berbagai unit atau responden dimana menyebarkan kuesioner dan angket kepada responden (Adiyanta, 2019), yang berisi pernyataan terkait variabel literasi keuangan syariah, self control lifestyle, dan Pembelian Impulsif. Kuesioner ini dirancang menggunakan skala likert Skala yang mana digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi perilaku Pembelian Impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Widodo et al., 2023).

Analisis data Tahap pertama adalah pengumpulan data yaitu suatu proses ataupun kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan mengetahui berbagai fenomena, informasi dimana penelitian ini menggunakan melalui kuesioner yang kemudian dilanjutkan dengan proses editing untuk memastikan kelengkapan dan kejelasan jawaban responden(Habsy et al., 2024). Tahap berikutnya mencakup kegiatan *coding*, yaitu pengklasifikasian jawaban melalui pemberian kode khusus demi efisiensi proses tabulasi data. Setelah itu, dilaksanakan pengujian validitas serta reliabilitas dan Pendekatan analisis yang diterapkan adalah statistik kuantitatif, khususnya model regresi linear berganda, guna mengidentifikasi dampak variabel literasi keuangan syariah dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif. Di samping itu, serangkaian enelitian ini menerapkan uji normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas sebagai bagian dari uji asumsi klasik untuk menjamin kelayakan model secara ekonometrika. Fase terakhir adalah pembuktian hipotesis melalui uji t untuk melihat signifikansi pengaruh secara individu (parsial) serta uji F untuk mengukur pengaruh variabel-variabel tersebut secara bersama-sama (simultan).

TEMUAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 Responden Mahasiswa FEBI dari total 2.449 Mahasiswa dengan menentukan sampel menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat error 10%

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Referensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin			

	Laki - Laki	25	25%
	Perempuan	75	75%
Prodi			
	ALKS	38	38%
	AKS	12	12%
	MAZAWA	3	3%
	MKS	16	16%
	PWS	6	6%
	PBS	10	10%
	ES	15	15%
Uang Saku Perbulan			
	< Rp 500.000	65	65%
	Rp 500 .000 – Rp 1.000.000	27	27%
	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	7	7%
	> Rp 2.000.000	1	1%

karakteristik responden didominasi oleh perempuan sebanyak 75% dibandingkan laki-laki 25%. Ditinjau dari program studi, responden terbanyak berasal dari ALKS sebesar 38%, diikuti MKS 16%, ES 15%, AKS 12%, PBS 10%, PWS 6%, dan MAZAWA 3%. Sementara itu, berdasarkan uang saku per bulan, sebagian besar responden memiliki uang saku kurang dari Rp 500.000 yaitu sebesar 65%, diikuti Rp 500.000–Rp 1.000.000 sebesar 27%, Rp 1.000.000–Rp 2.000.000 sebesar 7%, dan lebih dari Rp 2.000.000 sebesar 1%. Data ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa perempuan dengan latar belakang ekonomi yang relatif rendah.

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Pertanyaan	R-Hitung	R-tabel	P(Sig)	Keterangan
P1	0,850	0,196	0,000	VALID
P2	0,737	0,196	0,000	VALID
P3	0,753	0,196	0,000	VALID
P4	0,609	0,196	0,000	VALID
P5	0,795	0,196	0,000	VALID
P6	0,787	0,196	0,000	VALID
P7	0,859	0,196	0,000	VALID
P8	0,662	0,196	0,000	VALID
P9	0,749	0,196	0,000	VALID
P10	0,845	0,196	0,000	VALID
P11	0,723	0,196	0,000	VALID
P12	0,774	0,196	0,000	VALID
P13	0,776	0,196	0,000	VALID
P14	0,818	0,196	0,000	VALID
P15	0,884	0,196	0,000	VALID
P16	0,749	0,196	0,000	VALID
P17	0,519	0,196	0,000	VALID
P18	0,749	0,196	0,000	VALID
P19	0,891	0,196	0,000	VALID
P20	0,855	0,196	0,000	VALID
P21	0,815	0,196	0,000	VALID
P22	0,870	0,196	0,000	VALID
P23	0,846	0,196	0,000	VALID
P24	0,875	0,196	0,000	VALID

Sumber: Output SPSS 25 (2026)

Apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka valid dan tidak valid jika sebaliknya. Kedua, melihat nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) dengan batas 0,05, yaitu item valid jika Sig. < 0,05 dan Pearson Correlation positif, sedangkan jika negatif atau Sig. > 0,05 maka item dinyatakan tidak valid. Melalui

pengujian validitas dengan metode korelasi *Product Moment*, ditemukan bahwa butir pernyataan P1 sampai P24 mempunyai nilai r hitung yang melampaui r tabel (0,196). Selain itu, angka signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 ($< 0,05$) menegaskan bahwa seluruh instrumen tersebut valid serta memiliki ketepatan yang tinggi dalam mengukur variabel penelitian

.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	24

Sumber: Output SPSS 25 (2026)

Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka kuesioner tersebut reliabel. Sebaliknya, jika < 0,60, maka kuesioner tidak dapat diandalkan. (Raharjo, 2021) Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan melalui nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,820 dengan jumlah item sebanyak 24, serta mengacu pada ketentuan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten . Nilainya menunjukkan bahwa seluruh item instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.67479267
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.045
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
Sumber: Output SPSS 25 (2026)

Kriteria distribusi normal terpenuhi apabila nilai signifikansi (Sig.) melampaui ambang batas 0,05. Sebaliknya, jika hasil perhitungan menunjukkan nilai Sig. berada di bawah 0,05, maka sebaran data dianggap tidak mengikuti pola distribusi normal (Raharjo, 2021) Melalui pengujian normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh angka signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) mencapai 0,200. Mengingat nilai tersebut berada di atas kriteria 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal. Terpenuhinya asumsi normalitas ini memungkinkan prosedur analisis statistik diteruskan ke tahapan pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.544	3.148		4.620	.000		
	TOTALX1	.059	.130	.034	.454	.651	.670	1.492
	TOTALX2	-.631	.110	-.425	-5.724	.000	.666	1.500
	TOTALX3	1.032	.094	.664	10.924	.000	.993	1.007

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Output SPSS 25 (2026)

Gejala multikolinearitas dinyatakan tidak ada apabila nilai *Tolerance* berada di atas 0,10 atau nilai VIF di bawah 10,00. Sebaliknya, model regresi terindikasi mengalami masalah multikolinearitas jika hasil perhitungan menunjukkan *Tolerance* < 0,10 atau VIF > 10,00.(Raharjo, 2021) Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa tiap variabel memiliki angka *Tolerance* di atas 0,10 serta nilai VIF yang lebih kecil dari 10,00. Temuan ini menegaskan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen yang mengganggu model regresi. Oleh karena itu, asumsi multikolinearitas telah terpenuhi dan model ini layak diaplikasikan untuk prosedur analisis berikutnya.

Uji Hetoroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.076	1.892		1.626	.107		
	TOTALX1	-.066	.078	-.102	-.842	.402	.670	1.492
	TOTALX2	-.004	.066	-.008	-.062	.951	.666	1.500
	TOTALX3	.107	.057	.188	1.881	.063	.993	1.007

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Output SPSS 25 (2026)

Gejala heteroskedastisitas dinyatakan tidak terjadi jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, apabila nilai Sig. berada di bawah 0,05, maka model regresi terindikasi memiliki masalah heteroskedastisitas.(Raharjo, 2021). Berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan variabel dependen Abs_RES, nilai signifikansi TOTALX1 (0,402), TOTALX2 (0,951), dan TOTALX3 (0,063) seluruhnya > 0,05. sehingga tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual pada model penelitian berunsur homogen atau konstan, sehingga model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik heteroskedastisitas dan pantas untuk diteruskan ke tahap analisis berikutnya

Uji T (Parsial)

Tabel 6 Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.544	3.148		4.620	.000		
	TOTALX1	.059	.130	.034	.454	.651	.670	1.492
	TOTALX2	-.631	.110	-.425	-5.724	.000	.666	1.500
	TOTALX3	1.032	.094	.664	10.924	.000	.993	1.007

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber: Output SPSS 25 (2026)

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap Y.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap Y.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel coefficients, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), memiliki nilai signifikansi sebesar 0,651 (> 0,05) sehingga dapat

disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah (X1), tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Impulsive Buying (Y). Sementara itu, variabel Self Control (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05) dengan koefisien bernilai negatif (-0,631), sehingga dapat disimpulkan bahwa Self Control (X2), berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Impulsive Buying (Y). Selanjutnya, variabel Lifestyle (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05) dengan koefisien positif (1,032), sehingga dapat disimpulkan bahwa Lifestyle (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Impulsive Buying (Y). Dengan demikian, secara parsial hanya variabel Self Control (X2), dan Lifestyle (X3) yang berpengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying (Y), sedangkan T Literasi Keuangan Syariah (X1) tidak berpengaruh signifikan.

Uji F(Simultan)

Tabel 6 Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	2456.534	3	818.845	58.799	.000[b]
	Residual	1336.906	96	13.926		
	Total	3793.440	99			

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2

Sumber: Output SPSS 25 (2026)

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka variabel X secara simultan berpengaruh terhadap Y.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 (< 0,05) dengan nilai F hitung sebesar 58,799. Sesuai dengan ketentuan yang digunakan, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), Self Control (X2), Lifestyle (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Impulsive Buying (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan pada Impulsive Buying (Y), sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Impulsive Buying Mahasiswa FEBI IAIN Parepare

Berdasarkan uji t (parsial), variabel literasi keuangan syariah memiliki koefisien 0,059, t hitung 0,454, dan Sig. 0,651 (> 0,05). artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Selain itu, nilai koefisien beta sebesar 0,034 menunjukkan arah hubungan yang positif namun sangat lemah. Data ini merupakan hasil yang diperoleh dari responden yang mengisi angket yaitu 100 Mahasiswa FEBI IAIN Parepare, yang mencerminkan tingkat pemahaman mahasiswa FEBI terkait konsep keuangan syariah seperti pengelolaan keuangan sesuai prinsip Islam, larangan berlebihan (israf), dan perilaku konsumsi yang rasional. Dari data tersebut terlihat bahwa meskipun mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan syariah tertentu, hal tersebut belum cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku pembelian impulsif.

emuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa. Dengan kata lain, tingkat pemahaman mengenai keuangan syariah bukan merupakan faktor penentu bagi perilaku belanja spontan mereka. Dengan demikian, mahasiswa yang mempunyai pemahaman tentang prinsip-prinsip keuangan syariah belum tentu

mampu menerapkannya dalam perilaku konsumsi mereka. Hal ini menggambarkan jika pemahaman yang ada belum sepenuhnya diterapkan dalam pengambilan keputusan keuangan, karena masih cenderung bersifat teoritis, terutama ketika diinginkan pada godaan seperti diskon, promo, dan tren gaya hidup.

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa kecenderungan yang dapat disimpulkan. Pertama, literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa cenderung belum efektif dalam mengendalikan perilaku Pembelian Impulsif, karena masih terbatas pada aspek pengetahuan tanpa diimbangi dengan praktik nyata. Kedua, terdapat kemungkinan bahwa faktor lain seperti self control an lifestyle lebih dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dibandingkan literasi keuangan syariah. Ketiga, mahasiswa mungkin telah memahami konsep keuangan syariah, namun belum memiliki kesadaran atau motivasi yang kuat untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Keempat, lingkungan sosial dan kemudahan akses belanja digital turut melemahkan peran literasi keuangan dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional. Tidak hanya dalam meningkatkan pemahaman, serta turut mendukung proses internalisasi nilai-nilai keuangan syariah agar dapat mempengaruhi perilaku konsumsi secara nyata.

.

Pengaruh Self Control terhadap Impulsive Buying Mahasiswa FEBI IAIN Parepare

Melalui uji parsial, ditemukan bahwa *self-control* berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien b sebesar -0,631 dan nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta didukung oleh perolehan nilai t hitung sebesar -5,724. Koefisien beta sebesar -0,425 mengindikasikan bahwa hubungan antara self control dan Pembelian Impulsif bersifat negatif dengan tingkat pengaruh yang cukup kuat. Data ini diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner yang mengukur kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri, seperti menahan keinginan membeli, mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, serta kemampuan mengontrol emosi saat berbelanja. Berdasarkan data yang dilihat dan dibaca dari hasil analisis, terlihat bahwa responden dengan tingkat self control yang tinggi umumnya memiliki perilaku pembelian yang lebih terencana dibandingkan dengan responden yang memiliki self control rendah.

Hasil studi ini membuktikan bahwa *self-control* berperan penting dalam meminimalkan perilaku impulsif. Mahasiswa dengan tingkat self control tinggi lebih mampu menekan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak terencana.. Nilai koefisien negatif menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan pada self control akan menurunkan tingkat Pembelian Impulsif. Dengan kata lain, self control berperan sebagai faktor pengendali dalam perilaku konsumsi mahasiswa FEBI. Hal ini juga menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam mengatur emosi dan dorongan diri memiliki pengaruh yang lebih nyata dibandingkan hanya sekadar pengetahuan keuangan. Oleh karena itu, self control menjadi variabel penting yang harus diperhatikan dalam memahami perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa kecenderungan yang dapat disimpulkan. Pertama, self control memiliki pengaruh yang signifikan dan dominan dalam menekan perilaku Pembelian Impulsif mahasiswa FEBI . Kedua, mahasiswa yang dapat menahan diri umumnya dapat mengambil ketetapan pembelian, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh promo atau tren. Ketiga, rendahnya self control menjadi salah satu penyebab utama meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Keempat, kuatnya self control bisa dijadikan strategi untuk mengurangi perilaku Pembelian Impulsif, dibandingkan hanya meningkatkan literasi keuangan. Dengan demikian, pengembangan kemampuan pengendalian diri perlu menjadi perhatian dalam untuk menekan perilaku pembelian impulsif di lingkungan mahasiswa.

Pengaruh Lifestyle terhadap Impulsive Buying Mahasiswa FEBI IAIN Parepare

Hasil analisis parsial mengungkapkan adanya pengaruh signifikan dari variabel *lifestyle* terhadap pembelian impulsif mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Dengan koefisien regresi 1,032 dan nilai t hitung 10,924, signifikansi yang dihasilkan (0,000 < 0,05) memperkuat bukti bahwa gaya hidup menjadi faktor pendorong perilaku belanja impulsif tersebut. Data ini diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner yang mengukur gaya hidup mahasiswa FEBI, seperti kecenderungan mengikuti tren, frekuensi berbelanja untuk kesenangan, serta orientasi pada penampilan dan status sosial. Berdasarkan data, terlihat bahwa mahasiswa dengan gaya hidup yang tinggi dan cenderung konsumtif lebih sering

melakukan pembelian tanpa perencanaan, terutama saat terpengaruh promo atau tren yang sedang populer di media sosial.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan gaya hidup mahasiswa berbanding lurus dengan tingginya kecenderungan mereka dalam melakukan pembelian impulsif. Artinya, gaya hidup yang berorientasi pada suatu tren dan kesenangan, Mendorong mahasiswa untuk melakukan transaksi secara spontan tanpa memprioritaskan kebutuhan yang lebih mendesak. Nilai koefisien positif mengindikasikan bahwa setiap peningkatan pada lifestyle akan diikuti dengan peningkatan perilaku Pembelian Impulsif. Dengan kata lain, lifestyle menjadi pendorong utama dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Fenomena ini menunjukkan kuatnya peran faktor eksternal dalam memengaruhi perilaku mahasiswa seperti lingkungan sosial dan tren dibandingkan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa kecenderungan yang dapat disimpulkan. Pertama, lifestyle merupakan faktor eksternal yang paling utama dalam meningkatkan perilaku Pembelian Impulsif mahasiswa FEBI dibandingkan variabel lainnya. Kedua, mahasiswa FEBI dengan gaya hidup modern cenderung menjadikan konsumsi sebagai sarana untuk menunjukkan identitas dan status sosial. Ketiga, pengaruh Tren dan lingkungan pergaulan memperkuat pola konsumsi yang tidak terencana. Keempat, tingginya lifestyle tanpa diimbangi dengan kontrol diri yang baik dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Pentingnya menyeimbangkan gaya hidup dengan kemampuan finansial serta meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan supaya tidak terjatuh dalam pembelian impulsive.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Self Control, Lifestyle terhadap Impulsive Buying Mahasiswa FEBI IAIN Parepare

Pengujian secara simultan (Uji F) yang tertera pada tabel ANOVA, model regresi ini menghasilkan nilai *Mean Square* regresi sebesar 818,845 dengan nilai residual 13,926. Perolehan F hitung sebesar 58,799 dengan angka signifikansi 0,000 menunjukkan hasil yang lebih kecil dari ambang batas 0,05, sehingga model dinyatakan layak digunakan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa literasi keuangan syariah, pengendalian diri, dan gaya hidup secara bersama-sama berkontribusi dalam memengaruhi tingkat pembelian impulsif mahasiswa. Data yang diperoleh dari output ini merupakan hasil pengolahan statistik dari kuesioner responden yaitu Mahasiswa FEBI IAIN Parepare yang mencerminkan perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan, mengendalikan diri, serta gaya hidup yang dijalani dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa variabel literasi keuangan syariah, pengendalian diri, dan gaya hidup secara bersama-sama memengaruhi perilaku pembelian impulsif. Nilai signifikansi sebesar 0,000 mengonfirmasi bahwa model regresi ini layak digunakan dan mampu merepresentasikan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Dengan kata lain, meskipun secara parsial terdapat variabel yang tidak signifikan, Ketiga variabel ini secara kolektif tetap memengaruhi kecenderungan pembelian impulsif. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian impulsif merupakan hasil dari kombinasi kompleks berbagai aspek individu dan lingkungan, bukan sekadar dipicu oleh satu faktor saja.

Berdasarkan temuan tersebut, terdapat beberapa kecenderungan yang dapat disimpulkan. Pertama, perilaku Pembelian Impulsif mahasiswa dipengaruhi secara kolektif oleh faktor pengetahuan (literasi keuangan syariah), faktor psikologis (self control), dan faktor sosial (lifestyle). Kedua, meskipun literasi keuangan syariah tidak dominan secara parsial, namun tetap memiliki peran ketika dikombinasikan dengan variabel lain. Ketiga, self control dan lifestyle menjadi faktor yang lebih kuat dalam mempengaruhi Pembelian Impulsif, tetapi efektivitasnya meningkat ketika dianalisis secara simultan. Keempat, perilaku konsumtif mahasiswa merupakan fenomena yang kompleks dan Beragam, sehingga memerlukan pendekatan yang menyeluruh dalam memahami dan mengatasinya Pembelian Impulsif. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan aspek edukasi keuangan, pengendalian diri, dan pengelolaan gaya hidup dalam upaya mengurangi Pembelian Impulsif pada mahasiswa FEBI.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah, self control, dan lifestyle terhadap perilaku Pembelian Impulsif pada mahasiswa FEBI IAIN Parepare. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada 100 responden, serta dianalisis menggunakan regresi linier berganda. emuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa mengenai keuangan syariah tidak memengaruhi perilaku pembelian impulsif mereka secara signifikan. Sebaliknya, self control terbukti berpengaruh negatif dan signifikan, sehingga semakin kuat pengendalian diri mahasiswa, semakin kecil dorongan untuk membeli secara Impulsif. Sementara Lifestyle memberikan kontribusi positif yang signifikan, Gaya hidup yang semakin konsumtif memicu peningkatan frekuensi perilaku pembelian impulsif secara signifikan. Uji simultan ketiga variabel tersebut secara simultan memengaruhi perilaku pembelian impulsif secara signifikan,

Berdasarkan data yang diperoleh, literasi keuangan syariah ditemukan tidak berpengaruh signifikan, sehingga variabel ini bukan merupakan faktor penentu utama dalam munculnya tindakan pembelian impulsif karena pemahaman mahasiswa masih bersifat teoritis dan belum diimplementasikan dalam perilaku nyata, sehingga tidak cukup kuat menahan dorongan konsumtif yang dipicu oleh faktor eksternal seperti promo dan tren. Sebaliknya, self control berpengaruh negatif dan signifikan karena kemampuan pengendalian diri secara langsung membantu mahasiswa menahan keinginan sesaat dan membuat keputusan yang lebih rasional dalam berbelanja. Sementara itu, lifestyle berpengaruh positif dan signifikan karena gaya hidup yang cenderung mengikuti tren, mencari kesenangan, dan dipengaruhi lingkungan sosial mendorong perilaku pembelian impulsif. Secara keseluruhan, ketiga variabel berpengaruh secara simultan karena Pembelian Impulsif merupakan hasil interaksi antara faktor pengetahuan (Literasi Keuangan), psikologis (Self Control), dan sosial (Lifestyle), sehingga perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor saja melainkan kombinasi dari berbagai aspek tersebut.

Temuan ini membuktikan bahwa tingkat literasi keuangan syariah tidak secara nyata memengaruhi munculnya perilaku pembelian impulsif, sejalan dengan penelitian Vanisa dan Sulastiningsih (2025) yang juga menemukan bahwa literasi keuangan tidak mampu menekan perilaku impulsif, sehingga terdapat persamaan pada lemahnya pengaruh aspek pengetahuan terhadap perilaku konsumsi. Selain itu, temuan bahwa self control berpengaruh negatif dan signifikan juga sejalan dengan penelitian Dita dan Fahrul (2024) yang menegaskan bahwa pengendalian diri menjadi faktor penting dalam menekan Pembelian Impulsif. Begitu pula, pengaruh positif lifestyle terhadap Pembelian Impulsif sesuai dengan hasil penelitian Veliana dan Eristia (2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif. Namun, perbedaan utama penelitian ini terletak pada penggunaan literasi keuangan berbasis syariah serta penggabungan ketiga variabel (literasi keuangan syariah, self control, dan lifestyle) dalam satu model analisis secara simultan, khususnya pada konteks mahasiswa FEBI yang berbasis ekonomi Islam. Dengan demikian, novelty penelitian ini terletak pada integrasi pendekatan syariah dengan faktor psikologis dan sosial dalam menjelaskan perilaku Pembelian Impulsif secara lebih komprehensif.

Riset ini membuktikan bahwa faktor sosial dan psikologis memiliki peran yang lebih signifikan daripada pengetahuan keuangan dalam mendorong pembelian impulsif mahasiswa. Fenomena ini sejalan dengan tren modernitas, di mana kemudahan akses teknologi serta budaya populer di media sosial turut membentuk perilaku belanja yang lebih impulsif pada generasi muda. Dalam konteks ideologi ekonomi Islam, temuan bahwa literasi keuangan syariah belum berpengaruh signifikan mengandung makna bahwa nilai-nilai syariah seperti larangan israf belum sepenuhnya terinternalisasi dalam praktik kehidupan sehari-hari, sehingga masih terjadi kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku. Sementara itu, kuatnya pengaruh self control menunjukkan pentingnya dimensi moral dan pengendalian diri sebagaimana diajarkan dalam Islam sebagai kunci dalam mengelola konsumsi. Di sisi lain, pengaruh lifestyle menunjukkan bahwa gaya hidup modern yang semakin materialistis dan mengikuti tren membuat mahasiswa menjadikan konsumsi sebagai bagian dari identitas diri. penelitian ini menegaskan bahwa pembentukan perilaku keuangan yang bijak tidak cukup hanya melalui edukasi, tetapi juga memerlukan penguatan nilai, kontrol diri, dan kesadaran terhadap pengaruh lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi bahwa secara fungsional self control dapat menjadi alat

efektif dalam menekan perilaku Pembelian Impulsif, sedangkan secara disfungsional rendahnya implementasi literasi keuangan syariah serta tingginya lifestyle konsumtif justru memperkuat perilaku tersebut, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik serta tekanan sosial yang mendorong konsumsi berlebihan. Oleh karena itu, rencana yang dapat dilakukan adalah memperkuat edukasi literasi keuangan syariah aplikatif melalui pelatihan pengelolaan keuangan dan simulasi nyata, mengintegrasikan pembinaan self control dalam bentuk pengembangan karakter, manajemen emosi, dan kesadaran finansial, serta mengendalikan pengaruh lifestyle melalui kampanye gaya hidup sederhana dan bijak berbasis nilai-nilai syariah. Selain itu, institusi pendidikan dapat membuat kebijakan berupa program literasi keuangan terpadu, workshop pengendalian diri, serta kolaborasi dengan platform digital untuk membatasi pengaruh promosi konsumtif

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengetahuan saja tidak cukup Perilaku keuangan yang sehat memerlukan kontrol diri dan kesadaran yang tinggi, seseorang tetap mudah terjerumus dalam perilaku konsumtif. Penelitian ini mengajarkan bahwa self control merupakan kunci utama dalam mengelola keuangan secara bijak, sementara gaya hidup yang tidak terkontrol dapat menjadi sumber utama perilaku impulsif. Selain itu, terdapat pelajaran penting bahwa nilai-nilai keuangan syariah perlu diinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari,. Oleh karena itu, perlunya peningkatan program edukasi keuangan syariah, seperti pelatihan pengelolaan keuangan, perencanaan anggaran, serta simulasi pengambilan keputusan finansial. Pihak kampus juga dapat berpartisipasi dengan memberikan edukasi terkait gaya hidup sederhana dan konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariah dan diperlukan upaya untuk meningkatkan pengendalian diri siswa melalui pembiasaan perilaku disiplin dalam mengelola keuangan seperti membuat skala prioritas kebutuhan, menabung secara rutin, serta menghindari pembelian yang tidak direncanakan.

Salah satu kekuataan dari penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperkaya kajian perilaku konsumen berbasis syariah dengan menghadirkan integrasi variabel literasi keuangan syariah, self control, dan lifestyle dalam satu model analisis yang komprehensif. Penelitian ini memberikan sumbangan data khususnya pada konteks mahasiswa FEBI yang masih jarang diteliti, serta memperluas konsep literasi syariah. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi Mengemukakan mengenai hubungan antar variabel. Penelitian ini juga membuka ruang pertanyaan baru, seperti bagaimana cara menginternalisasikan literasi keuangan syariah agar berpengaruh secara nyata terhadap perilaku, serta sejauh mana faktor lingkungan digital memoderasi hubungan antara self control dan lifestyle terhadap Pembelian Impulsif.

Kekuatan penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperkaya kajian perilaku konsumen berbasis syariah dengan menghadirkan integrasi variabel literasi keuangan syariah, self control, dan lifestyle dalam satu model analisis yang komprehensif. Penelitian ini memberikan sumbangan data empiris khususnya pada konteks mahasiswa FEBI yang masih jarang diteliti, serta memperluas konsep literasi keuangan dengan pendekatan berbasis nilai-nilai Islam. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi memberikan gambaran yang terukur mengenai hubungan antar variabel. Penelitian ini juga membuka pertanyaan baru, seperti bagaimana membuat literasi keuangan syariah benar-benar memengaruhi perilaku, serta bagaimana lingkungan digital memengaruhi hubungan antara self control, lifestyle, dan Pembelian Impulsif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya, tetapi juga memberikan arah baru dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

.

REFERENSI

Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Digital Kemenag RI, https://quran.kemenag.go.id, di akses pada 19 April 2026*

Abigail Soesana.Hani Subakti, Karwanto, Anita Fitri Sony Kuswandi, Lena Sastri, Ilham Falani Novita Aswan, Ferawati Artauli Hasibuan, H. L. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (A. Karim (ed.)).

Amalia, R. (2024). *Hubungan Antara Self-Control Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Dari Beberapa Universitas*. *20*(1), 87–96.

Adiyanta, F. C. susil. (2019). Hukum dan studi penelitian empiris :penggunaan metode survei sebagai instrumen penelitian hukum empiris. *Adminitrative Law & Governance Journal*, *2*(4), 697–709.

Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis:Ekonomi,Bisnis & Manajemen*, *10*(2), 248–262.

Anindya, V. R., & Sulastiningsih. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Konsumtif , Dan Fintech Payment Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Journal Of Artficial Intelligence And Digital Business (Riggs)*, *4*(4), 2394–2404.

Br.Sembiring, T., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2023). *(Teori Dan Praktik)*. Cv Saba Jaya Publisher.

Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle),Harga,Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata(Destination) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, *3*(1), 1–13.

Fajri, A. N., Rahardjo, P., Dwiyanti, R., & Herdian. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Impulsif Buying Pada Dalam Pembelian Produk Kecantikan. *Psimphoni*, *4*(2), 58–66.

Habsy, B. A., A'yun, S. Q., Widyanika, I., Anwar, R. N., Firdaus, W. R., Tirtasari, N. A., & Ramadhan, R. M. (2024). Manajemen Pengumpulan Data. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, *2*(6), 34–46.

Hartanti, M. N. (2025). *Pengaruh Promosi, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Di Shopee (Studi Pada Generasi Z Beragama Islam Di Diy)*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. PT Gramedia.

Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa. *Journal Pf Applied Business Administration*, *2*(2), 174–180.

Irawan, F. A. (2026). *Pengaruh Gaya Hidup,Literasi Keuangan Syariah,Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa/I Di Bandung Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Kardena, D. G., & Rozi, F. (2024). Pengaruh Self Control Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying. *Instructional Development Journal (Idj)*, *7*(2), 354–361.

Maharani, P. (2024). *Pengaruh Customer Review, Affiliate Marketing, Paylater, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Impulse Buying*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Maslim, A. S. W., & Andayani, S. (2023). Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, *7*(1), 1–8.

Mediacenter Riau. (2026). *Fenomena FOMO dan Impulsive Buying Jadi Perhatian dalam Kajian Behavioral Finance*. Mediacenter Riau. https://mediacenter.riau.go.id/read/95132/fenomena-fomo-dan-impulsive-buying-jadi-perha.html

Muflih, T. F. (2026). Gaya Hidup , Literasi Keuangan Syariah , Dan Pembelian Impulsif Konsumen Muslim Deli Serdang. *Jurnal Pendidikan,Sains,Dan Humaniora*, *4*(4), 1208–1216. Https://Doi.Org/10.56113/Takuana.V4i4.353

Nduru, M. P., Muksa, H., Sitanggang, P., Panggabean, S., & Alawiyah, K. (2024). Literatur Review : Perilaku Konsumen Dalam Platform E-Commerce Di Era Digital (Literature Review : Consumer Behavior On The Platform E-Commerce In The Digital Era). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(12), 414–420.

News Reader. (2026). *Tingkat Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Indonesia Masih Rendah, Kata Ojk*. News Reader. Https://Www.Indopremier.Com/Module/Newsdetail.Php?Jdl=Tingkat_Literasi_Dan_Inklusi_Keuangan_Syariah_Indonesia_Masih_Rendah__Kata_Ojk&News_Id=215735&Group_News=Ipotnews&Taging_Subtype=Economics&Name=&Search=Y_General&Q=Literasi Keuangan Syariah&Halaman=1#:~:Text=News Reader * Literasi Syariah Baru 43%2c42%25

Nihlatussifa, & Susilo, E. (2024). Economics And Digital Business Review Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Islamic Financial Literacy Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Gen Z Pengguna E- Wallet Di Jepara. *Economics And Digital Business Review*, *5*(2), 876–887.

Novyantari, N. P. W., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping

Motivation, Shopping Lifestyle Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Denpasar. *Jurnal Maneksi*, *13*(1), 83–88

Nurhayati, S., Noor, AH, Musa, S., Jabar, R., & Abdu, WJ (2022). Model Pelatihan Lokakarya Literasi Digital untuk Pengasuhan Anak di Era Industri Keempat. Jurnal Teknologi Tinggi dan Inovasi, 3 (3), 297–305 .

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, Ojk Dan Bps Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (Snlik) Tahun 2025*. Otoritas Jasa Keuangan. Https://Ojk.Go.Id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Siaran-Pers/Pages/Ojk-Dan-Bps-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-Snlik-Tahun-2025.Aspx

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd Ed.). Widya Gama Press.

Pratama, S. R. P., Puspitarini, I. Y. D., & Setyaputri, N. Y. (2025). Keterkaitan Self Control Dengan Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar Kpop. *Senja Kkn #5*, 480–488.

Purwanto, E. (2019). *Analisis literasi Keuangan, Faktor Demografi dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* (p. 80). Sasanti Institute.

Raharjo, S. (2021a). *Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan- dalam.html

Raharjo, S. (2021b). *Cara Melakukan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html

Raharjo, S. (2021c). *Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html

Raharjo, S. (2021d). *Cara Melakukan Uji t Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html

Raharjo, S. (2021e). *cara melakukan Uji Validitas Product Moment dengan SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html

Raharjo, S. (2021f). *Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-heteroskedastisitas-glejser-spss.html#google_vignette

Raharjo, S. (2021g). *uji Multikolinearitas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS*. SPSS Indonesia. https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html

Rahmadi. (2011). *Pengantar metodologi penelitian*. Antasari Press.

Rahman, NAA, Nurhayati, S., Adyana, NI, & Rheka, J. (2026). ETIKA ISLAM DALAM RUANG DIGITAL (TANTANGAN DAN PELUANG TRANSFORMASI PENDIDIKAN ISLAM).
Jurnal Manajemen Pendidikan , 11 (1), 1183-1191.

Ramadan, S. B., Fr, D. A., Basukiyatno, & Nafiati, D. A. (2025). Pengaruh E – Commerce Di Era Digital Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *17*(2), 516–522. Https://Doi.Org/10.23887/Jjpe.V17

Rohmad, & Sarah, S. (2021). *Pengembangan Instrumen Angket* (A. Murtadho (Ed.)). K-Media.

Rohmah, L. N., Maida, N. Z., Kusumaputri, L. A. F. A., Qhodavi, & Muhammad Titania, M. (2024). PENGARUH KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN SIFAT HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2023 UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA. *DJIEB Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, *4*(1), 13–26.

Saidy, E. N. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Rasional. At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam, 2(1), 1-15.

Salsabila, D. K. A., Agustin, R. A., Nasrullah, D. M., Ariyanti, Y., & Pratiwi, R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja terhadap Perilaku pembelian Impulsif Pengguna E-Commerce Shopee. *ALIANSI JURNAL MANAJEMEN & BISNIS*, *19*(2), 61–69.

Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tuleha Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*,

11(1), 432–439.
Sari, K. I. M., Rosilawati, W., & Hilal, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, *1*(4), 51–66.
Satria, E. (2024). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Sungai Penuh Dan Kabupaten Kerinci). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, *17*(2), 1638–1651.
Syaleh, H., & Nasution, R. N. (2025). *Buku Olah Data Dengan Spss* (.C.Ed Weni Yuliani, S.Si., M.M. (Ed.)). Literasi Langsung Terbit.
Wardhana, A., Budiastuti, E., Gultom, N. B., Sudirman, A., Julyanthry, Saputra, G. G., Rizkia, N. D., Sari, A. R., Fardiansyah, H., Savitri, C., & Amruddin. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Implementasi)* (M. M. Dr.Hartini, S.E. (Ed.)).
Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Devrianya, A., Wijayanti, D. R., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Cv Science Techno Direct Perum Kopri.
Yushard, D. (2016). *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
Zakiyah, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial; gaya hidup, daya beli dan tingkat komsumsi. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(5), 449–457.