PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAMPUAN FINANSIAL, PAJAK LAYANAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM BELANJA *ONLINE* MELALUI *PLATFORM TIKTOK SHOP*

TUGAS AKHIR

SHERLY YUNIKE

NIM. B1011221165

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Sherly Yunike
NIM	:	B101221165
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	:	Pengaruh Literasi Keuangan, Kemampuan Finansial, Pajak Layanan Digital Dan Gaya Hidup Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura Dalam Belanja Online Melalui Platform Tiktok Shop

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir). Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 25 Juni 2026



Sherly Yunike
Nim. B1011221165

PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Sherly Yunike
NIM	:	B101221165
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Literasi Keuangan, Kemampuan Finansial, Pajak Layanan Digital Dan Gaya Hidup Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura Dalam Belanja Online Melalui Platform Tiktok Shop

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 21 Juli 2026



Sherly Yunike
NIM.
B1011221165

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAMPUAN FINANSIAL, PAJAK LAYANAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM BELANJA ONLINE MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP

Penanggung Jawab Yuridis

Sherly Yunike
B1011221165

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 04 Juni 2026

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Yanto, S.E., M.Sc. NIP 19970615 200312 1 004	18/06/2026	
2.	Ketua Penguji	Dr. Windhu Putra, S.E., M.Si. NIP 19640428 198903 1 004	25/06/2026	
3.	Anggota Penguji	Muz'an Sulaiman, S.E., M.M. CIQaR NIP 19610824 198703 1 003	18/06/2026	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 25 JUN 2026
Koordinator Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP. 197706152003121004

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih setia, hikmat, dan pemeliharaan-Nya yang begitu melimpah di sepanjang hidup Penulis. Penulis menjalani masa perkuliahan dengan berpegang pada Firman Tuhan "**segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberikan kekuatan kepadaku" (Filipi 4:13)**, sehingga skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Kemampuan Finansial, Pajak Layanan Digital Dan Gaya Hidup Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura Dalam Belanja Online Melalui Platform Tiktok Shop**"** ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam perjalanan panjang dan dinamika pengerjaan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari doa, bimbingan, serta dukungan dari orang-orang terkasih. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku rektor Universitas Tanjungpura periode 2023-2027
2. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Bapak Yanto, S.E., M.Sc. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura sekaligus Dosen Pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga serta memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama proses perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini. Atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
5. Bapak Dr. Windhu Putra, S.E., M.Si. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan yang membantu penulis dalam perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini.
6. Bapak Muzan Sulaiman, S.E., M.M., CIQaR selaku Anggota Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan yang membantu penulis dalam perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini.
7. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, terima kasih atas ilmu, pengalaman, dan bantuan yang telah diberikan selama masa studi penulis.

8. Yang terutama dalam hidup penulis Tuhan Yesus. Penulis mengucap Syukur karna Tuhan Yesus selalu memberikan kekuatan yang baru setiap harinya, saat-saat penulis hilang arah Tuhan Yesus memberikan harapan dan kekuatan yang baru, tidak pernah meninggalkan dan tidak pernah membiarkan penulis jatuh sampai tergeletak, Tuhan yesus selalu pegang tangan penulis untuk menjalani setiap harinya, penulis sangat bersyukur memiliki Tuhan Yesus didalam kehidupan ini.
9. Terimakasih untuk Mama dan Papa yang memberikan cinta dan kasih sayangnya, yang selalu memberikan yang terbaik, yang berdoa dan berjuang setiap hari, dari penulis kecil sampai sekarang, sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
10. Terimakasih untuk kehadiran Adik tercinta Firdaus Daud Billy, yang menjadi teman main sedari kecil hingga sekarang, walau sering berdebat dan gengsi untuk menunjukkan sayang tapi selalu memenuhi keinginan-keinginan kecil untuk penulis dan memberikan warna untuk kehidupan penulis.
11. Terimakasih kepada kekasih penulis Jonathan Elsaday, yang menemani penulis dari semester awal hingga sekarang, yang dengan sabar mendampingi, mendengarkan setiap keluh kesah penulis, yang memberikan cinta dan kasih sayangnya, yang memprioritaskan penulis sehingga penulis tidak merasakan kesepian selama ini, serta menjadi support system luar biasa yang selalu mengingatkan penulis untuk selalu mengandalkan Tuhan.
12. Keluarga besar penulis yang memberikan dukungan dan doa yang telah membuat penulis termotivasi untuk terus berjuang sampai saat ini. Terimakasih untuk kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
13. Terimakasih Kepada sepupu penulis Hannah Pranata, yang menjadi teman seatap dan kakak penulis, memberikan dukungan dan arahan selama masa perkuliahan.
14. Terimakasih untuk teman-teman penulis sedari kecil, yang telah bersama-sama dengan penulis dari kecil hingga sekarang, yang selalu mendukung tiap hal yang penulis perjuangkan sampai sekarang.
15. Terimakasih untuk Fhanie dan Novita teman penulis sedari SMA yang setia mendengarkan setiap cerita penulis yang memberikan saran dan penghiburan.
16. Terimakasih untuk ”*Lima Berlima*” Clara, Lulu, Yolan, dan Della, teman sedari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan, yang telah mewarnai hari-hari penulis selama masa perkuliahan ini.
17. Terimakasih untuk Teman-teman Kelas D dan teman-teman angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
18. Terimakasih untuk rekan-rekan DC *Shine For Jesus* yang selalu memberikan dukangan doa dan memberikan motivasi selama penulisan

penelitian ini.

19. Kepada NCT dan BLACKPINK, terima kasih telah menjadi teman setia (*comfort space*) lewat karya-karya luar biasa kalian. Musik, keceriaan, dan inspirasi yang kalian bagikan telah menjadi pendorong semangat serta penghibur yang sangat berarti di sepanjang masa-masa terberat pengerjaan skripsi ini.
20. Terimakasih untuk semua pihak yang telah hadir dihidup penulis dan semua pihak yang turut serta memberikan dukungan dalam setiap proses penyelesaian penelitian ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih untuk setiap dukungan yang kalian berikan.
21. *To myself: thank you for holding on and refusing to give up. Thank you for pushing through the exhaustion, the quiet tears at night, and the moments of self-doubt. Thank you for learning to trust the process, allowing God's grace to lead the way, and finishing this race with resilience. I am truly proud of how far you have come.*
22. *Finally, I acknowledge that this work is far from perfect, but it is my sincere prayer that it may serve a meaningful purpose. Everything I have accomplished, I hand back for His ultimate glory.*

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang ekonomi pembangunan. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pontianak, 21 Juli 2026



Sherly Yunike
NIM. B1011221165

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAMPUAN FINANSIAL, PAJAK LAYANAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM BELANJA *ONLINE* MELALUI *PLATFORM TIKTOK SHOP*

Oleh: Sherly Yunike

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan media sosial, khususnya TikTok Shop, telah mengubah pola belanja masyarakat dan mendorong meningkatnya perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa yang merupakan pengguna aktif platform digital. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, kemampuan finansial, pajak layanan digital, dan gaya hidup. Mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena rentan terhadap pembelian impulsif, mudah mengikuti tren, serta sedang berada pada tahap pembelajaran dalam mengelola keuangan. Meskipun telah banyak penelitian mengenai perilaku konsumtif pada e-commerce, penelitian yang mengkaji secara bersamaan keempat faktor tersebut dalam konteks TikTok Shop masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kemampuan finansial, pajak layanan digital, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dalam berbelanja melalui TikTok Shop.

2. Permasalahan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja melalui TikTok Shop yang dipengaruhi oleh kemudahan teknologi digital dan media sosial. Belum diketahui secara pasti apakah literasi keuangan, kemampuan finansial, pajak layanan digital, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, mengingat hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan perbedaan. Selain itu, penelitian yang mengkaji keempat faktor tersebut secara bersamaan pada pengguna TikTok Shop, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, masih terbatas sehingga perlu dilakukan penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensi.

3. Tujuan Penelitian

1) Untuk menguji apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura pada platform TikTok Shop.

2) Untuk menguji apakah kemampuan finansial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dalam melakukan transaksi daring melalui TikTok Shop.
3) Untuk menganalisis apakah pemahaman mahasiswa mengenai pajak layanan digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dalam aktivitas belanja online.
4) Untuk mengetahui dan menguji apakah gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura pada platform TikTok Shop.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan bantuan SmartPLS. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang pernah berbelanja di TikTok Shop, dengan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5, kemudian data dianalisis melalui evaluasi outer model (uji validitas dan reliabilitas) serta inner model (R-square, effect size, dan uji hipotesis menggunakan bootstrapping) untuk menguji pengaruh literasi keuangan, kemampuan finansial, pajak layanan digital, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

5. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja melalui TikTok Shop. Sebaliknya, literasi keuangan, kemampuan finansial, dan pajak layanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai R-square sebesar 0,607 menunjukkan bahwa 60,7% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sedangkan 39,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, gaya hidup menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna TikTok Shop.

6. Kesimpulan dan saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna TikTok Shop, sedangkan literasi keuangan, kemampuan finansial, dan pajak layanan digital tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis dibandingkan pengetahuan maupun kemampuan keuangan. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam mengelola keuangan dan mengendalikan gaya hidup konsumtif. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti kontrol diri, pengaruh media sosial, dan faktor psikologis, memperluas objek penelitian, serta menggunakan pendekatan longitudinal agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR iii
UCAPAN TERIMA KASIH v
RINGKASAN viii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
1. PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Kontribusi Penelitian 4
2. KAJIAN LITERATUR 5
2.1 Tinjauan Teori 5
2.1.1 Teori Konsumsi 5
2.1.2 Theory of Planned Behavior 5
2.2 Kajian Empiris 8
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian 10
2.3.1 Kerangka Konseptual 10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptul 11
2.3.2 Hipotesis Penelitian 11
3. METODE PENELITIAN 12
3.1 Bentuk Penelitian 12
3.2 Variabel Penelitian 12
3.3 Metode Analisis 15
3.5 Alasan Penggunaan PLS dalam Penelitian 17
4. HASIL DAN PEMBAHASAN 17

4.1 Karakteristik Responden 17
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 18
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester 18
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan 19
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 19
4.2.1 Uji Validitas Konvergen (Outer Loading) 19
4.2.1.1 Estimasi Awal Model 20
1. Outer Loading 20
1) Convergent Validity 20
2) Discrimant Validity 22
a) HTMT 22
b) Fornell Larcker 23
c) Cross Loading 25
d) Uji reliability 27
2. Inner Model 29
a. R- square 29
b. F- square 30
c. Qpredict 32
d. Uji VIF 33
e. Uji Fit 34
f. Uji Hipotesis 35
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 38
5. KESIMPULAN 42
5.1 Implikasi Penelitian 42
5.2 Keterbatasan Penelitian 43
5.3 Saran 43
DAFTAR RUJUKAN 44

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia 18
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Semester 19
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan 19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 1

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAMPUAN FINANSIAL, PAJAK LAYANAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNVERSITAS TANJUNGPURA DALAM BELANJA *ONLINE* MELALUI *PLATFORM TIKTOK SHOP*

1*Sherly Yunike*, 2*Yanto,S.E.,M.Sc*

Universitas Tanjungpura

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of financial literacy, financial ability, digital services tax, and lifestyle on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Tanjungpura University who use TikTok Shop. The research used a quantitative approach with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling techniques. Data was collected through questionnaires and analyzed using the Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the help of SmartPLS. The research results show that lifestyle has a positive and significant effect on student consumption behavior. In contrast, financial literacy, financial capability, and digital services tax do not have a significant effect on consumer behavior. The R-square value of 0.607 shows that 60.7% of consumer behavior can be explained by the variables in the research, while the rest is influenced by other factors outside the research model. This research concludes that lifestyle is the main factor influencing the consumer behavior of student users of TikTok Shop. Therefore, students need to increase awareness in controlling consumption patterns so that they are more rational and not excessive.

Keywords: *Financial Literacy; Financial Capability; Digital Service Tax; Lifestyle; Consumptive Behavior; TikTok Shop*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kemampuan finansial, pajak layanan digital, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura pengguna TikTok Shop. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, literasi keuangan, kemampuan finansial, dan pajak layanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai R-square sebesar 0,607 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian sebesar 60,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna TikTok Shop. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran dalam mengendalikan pola konsumsi agar lebih rasional dan tidak berlebihan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Kemampuan Finansial; Pajak Digital; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif; TikTok Shop

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan perkembangan zaman, kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut telah menimbulkan perubahan yang signifikan terhadap pola dan gaya hidup masyarakat. Inovasi dalam teknologi memungkinkan individu untuk berinteraksi serta mengakses informasi melalui jaringan internet secara lebih cepat, efisien, dan tanpa batasan ruang maupun waktu. Kondisi ini menyebabkan ketergantungan yang tinggi terhadap media daring dan internet dalam mendukung aktivitas kehidupan sehari-hari. Pada era modern, media digital telah menjadi kebutuhan primer masyarakat yang sulit untuk dipisahkan dari berbagai aspek kehidupan. Meningkatnya intensitas penggunaan media sosial sebagai bagian dari rutinitas masyarakat sehari-hari merupakan salah satu konsekuensi dari kemajuan tersebut. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap perilaku konsumen, terutama dalam aktivitas berbelanja secara daring. Salah satu inovasi yang menonjol adalah kehadiran TikTok Shop, sebuah fitur yang terintegrasi langsung dalam aplikasi TikTok. Melalui platform ini, pengguna dapat menelusuri, menemukan, hingga melakukan pembelian produk secara langsung di dalam aplikasi, sehingga menjadikannya salah satu sarana belanja online yang paling populer di kalangan masyarakat saat ini.



Gambar 1.1 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia

Perilaku konsumen saat melakukan pembelian melalui platform daring, terutama di TikTok Shop, merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji pada era digital. Aktivitas ini tidak sekedar dipengaruhi oleh faktor ekonomi, melainkan juga oleh aspek sosial, psikologis, maupun budaya. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi telah mengubah cara konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Berdasarkan hasil publikasi We Are Social dan Meltwater pada Juli 2025, tercatat bahwasanya jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia menyentuh angka sekitar 194,37 juta orang. Di sisi lain, laporan Digital 2025 dari DataReportal mencatat bahwa jumlah identitas pengguna aktif media sosial di seluruh dunia telah mencapai 5,24 miliar, menunjukkan adanya peningkatan yang konsisten setiap tahunnya.

Perilaku konsumtif masyarakat memiliki keterkaitan yang erat dengan pola pengeluaran, tingkat daya beli, serta struktur konsumsi rumah tangga, sehingga menjadi aspek

penting dalam kajian ekonomi pembangunan. Pola konsumsi masyarakat mencerminkan tingkat kesejahteraan dan turut menunjukkan perkembangan sektor industri kreatif yang kini semakin bergantung pada pemanfaatan teknologi digital. Meningkatnya aktivitas belanja daring melalui platform TikTok Shop membawa dampak ekonomi yang signifikan, terutama terhadap sirkulasi uang digital, penerapan pajak layanan digital (Digital Service Tax), serta kebijakan fiskal yang diterapkan oleh pemerintah. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif konsumen berperan sebagai aspek yang krusial dalam analisis ekonomi modern (OECD, 2020).

Literasi keuangan dan kemampuan finansial mempunyai kedudukan yang sangat esensial dalam membentuk pola perilaku konsumtif individu. Literasi keuangan, yang mencakup pengertian mengenai tabungan, asuransi, utang, investasi, dan aspek-aspek keuangan lainnya, akan memengaruhi tindakan individu dalam aspek keuangan. Semakin banyak wawasan seseorang terkait berbagai elemen keuangan tersebut, semakin bijaksana pula perilaku keuangannya. Sebaliknya, ketidakmampuan memahami konsep keuangan dapat menyebabkan kesulitan bagi seseorang dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga terdapat kecenderungan untuk terjerumus ke dalam perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama melalui penggunaan platform e-commerce serta media sosial seperti TikTok.

Dipilihnya mahasiswa menjadi subjek penelitian dilandasi oleh pertimbangan bahwasanya kelompok ini merupakan salah satu pengguna paling aktif media sosial dan platform belanja digital, termasuk TikTok Shop. Mahasiswa masuk dalam fase transisi menuju kemandirian finansial, namun sering kali belum memiliki pengelolaan keuangan yang matang sehingga rentan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, mahasiswa cenderung cepat mengikuti tren, terpapar konten digital setiap hari, dan menjadi target utama strategi pemasaran berbasis media sosial. Oleh karena itu, mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa menjadi relevan untuk memahami pola konsumsi generasi muda dalam ekonomi digital.

Faktor lain yang turut memengaruhi perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja daring adalah penerapan Pajak Layanan Digital. Pajak ini diberlakukan oleh pemerintah Indonesia sebagai bentuk penyesuaian terhadap meningkatnya volume transaksi digital lintas negara. Meskipun tujuan utama dari kebijakan tersebut adalah untuk menciptakan keadilan dalam sistem perpajakan, implementasi Pajak Layanan Digital ini juga dapat berdampak pada perubahan harga produk serta memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Direktorat Jenderal Pajak, 2020).

Selain aspek ekonomi dan kebijakan fiskal, gaya hidup juga menjadi faktor psikologis yang berperan vital dalam membentuk perilaku konsumtif individu. Konsumen muda yang aktif menggunakan media sosial kerap menjadikan tren, citra diri, dan eksistensi sosial sebagai motivasi utama dalam melakukan pembelian. Fenomena influencer marketing serta kegiatan live shopping di TikTok Shop semakin memperkuat kecenderungan belanja impulsif melalui interaksi langsung antara penjual dan pembeli secara real-time.

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah mahasiswa, karena mahasiswa rentan dengan perilaku konsumtif dan yang paling aktif dalam menggunakan media sosial dan platform belanja daring seperti TikTok Shop. Mahasiswa umumnya memiliki akses mudah terhadap teknologi digital, terlibat dalam tren konsumsi terkini, dan sering kali menjadi yang pertama dalam adopsi inovasi e-commerce, sehingga perilaku konsumtif mereka dapat mencerminkan pola konsumsi masyarakat digital masa depan.

Adapun indikator variabel dalam penelitian ini dirancang untuk mengukur masing-masing faktor secara operasional. Pengukuran variabel perilaku konsumtif dilakukan dengan menggunakan sejumlah indikator yakni frekuensi pembelian daring, kecenderungan belanja impulsif, serta jumlah pengeluaran bulanan di platform seperti TikTok Shop. Literasi keuangan diindikasikan oleh tingkat pengetahuan tentang konsep tabungan, investasi, utang, dan asuransi, yang dapat diukur melalui skor tes pengetahuan atau skala Likert. Kemampuan finansial diukur berdasarkan indikator pendapatan bulanan, pengeluaran rutin, dan rasio tabungan terhadap pengeluaran. Gaya hidup diindikasikan oleh preferensi terhadap tren produk, citra diri sosial, dan partisipasi dalam aktivitas media sosial, yang dapat dinilai melalui survei perilaku harian. Sementara itu, Pajak Layanan Digital diukur melalui indikator kesadaran konsumen tentang kebijakan pajak, persepsi dampak pajak terhadap harga produk, dan pengaruhnya pada keputusan pembelian, yang dapat dikumpulkan melalui pertanyaan tertutup atau wawancara.

Meskipun telah terdapat sejumlah penelitian yang meneliti faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif secara daring, mayoritas studi sebelumnya masih mengulik perihal platform e-commerce konvensional misalnya Shopee, Tokopedia, atau Lazada. Kajian yang secara khusus menyoroti perilaku konsumtif pengguna TikTok Shop masih terbatas, padahal platform ini memiliki karakteristik unik karena menggabungkan hiburan, interaksi sosial, serta transaksi ekonomi dalam satu sistem. Di sisi lain, studi terdahulu umumnya hanya menguji sebagian variabel seperti literasi keuangan atau gaya hidup, tanpa mengintegrasikan faktor kemampuan finansial dan kebijakan pajak layanan digital. Sehingga, penelitian ini menjadi upaya yang krusial guna diselenggarakan agar dapat menyediakan pemahaman yang semakin komprehensif mengenai determinan perilaku konsumtif di era ekonomi digital. Jika kajian seperti ini tidak dilakukan, maka pemahaman terhadap perilaku konsumtif masyarakat digital akan tetap terbatas, dan kebijakan fiskal serta program peningkatan literasi keuangan akan sulit diarahkan secara efektif.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Bertolak dari latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, terdapat pokok permasalahan yang hendak dijadikan pembahasan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, yakni penelitian ini difokuskan agar dapat mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan, kemampuan finansial, pemahaman terhadap pajak layanan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB UNTAN.

1.2.2 Pertanyaan Masalah

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura pada platform TikTok Shop?
2. Apakah kemampuan finansial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan transaksi daring melalui TikTok Shop?
3. Apakah pemahaman mahasiswa mengenai pajak layanan digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja di platform TikTok Shop?
4. Apakah gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada platform TikTok Shop?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura pada platform TikTok Shop.
2. Untuk menguji apakah kemampuan finansial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dalam melakukan transaksi daring melalui TikTok Shop.
3. Untuk menganalisis apakah pemahaman mahasiswa mengenai pajak layanan digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dalam aktivitas belanja online.
4. Untuk mengetahui dan menguji apakah gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura pada platform TikTok Shop.

1.4 Kontribusi Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan, kemampuan finansial, kebijakan pajak layanan digital, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif di era ekonomi digital.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi pengembangan kajian di bidang ekonomi pembangunan, terutama dalam memahami perubahan pola konsumsi masyarakat akibat perkembangan teknologi digital dan media sosial seperti TikTok Shop.
3. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas kajian mengenai perilaku konsumtif digital dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang relevan, seperti pengaruh sosial, pendapatan, atau kontrol diri dalam konteks perilaku ekonomi generasi muda.

1.4.2 Kontribusi Praktis

1. Temuan penelitian ini membawa harapan agar mampu menyumbangkan informasi dan rekomendasi bagi pihak universitas, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tanjungpura, dalam menyusun program peningkatan literasi dan kesadaran keuangan mahasiswa agar mampu mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak di tengah kemudahan transaksi digital.

2. Penelitian ini mampu berperan sebagai masukan bagi pembuat kebijakan, khususnya pemerintah dan otoritas pajak, dalam merancang kebijakan edukasi pajak layanan digital yang lebih mudah dipahami masyarakat, terutama kalangan muda sebagai pelaku ekonomi digital.
3. Di sisi lain, temuan penelitian ini mampu digunakan oleh pelaku bisnis digital serta pengelola platform e-commerce seperti TikTok Shop sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang semakin etis serta berkelanjutan, dengan memperhatikan aspek edukatif terhadap perilaku konsumtif konsumen.