



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 25581- 25587

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang Tinggal di Kos dan Tidak Kos

Auliya Wana Febrianti¹, Agusdiwana Suarni^{2*}, Masrullah³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

¹auliawanafebrianti@gmail.com, ²agusdiwana.suarni@unismuh.ac.id, ³masrullah@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial dan perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar, baik yang tinggal di kos maupun yang tidak tinggal di kos. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 352 responden yang ditentukan menggunakan rumus Yamane dan dipilih melalui teknik purposive sampling dari populasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Data yang terkumpul kemudian diuji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik, sebelum dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi $Y = 4,050 + 0,400X_1 + 0,422X_2$, yang menunjukkan bahwa media sosial dan perilaku hedonisme berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Uji t menunjukkan kedua variabel memiliki nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$, sehingga keduanya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Nilai koefisien determinasi (R^2 Square) sebesar 0,425 mengindikasikan bahwa media sosial dan perilaku hedonisme secara bersama-sama mampu menjelaskan 42,5% variasi pengelolaan keuangan mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 57,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Tingginya intensitas penggunaan media sosial berpotensi memengaruhi pola konsumsi serta proses pengambilan keputusan keuangan, sedangkan perilaku hedonisme cenderung mendorong gaya hidup konsumtif yang dapat mengurangi efektivitas pengelolaan keuangan mahasiswa. Berdasarkan temuan tersebut, peningkatan literasi keuangan serta kemampuan pengendalian diri menjadi aspek penting agar mahasiswa dapat mengelola keuangan secara lebih bijaksana di tengah perkembangan media sosial dan kecenderungan gaya hidup hedonis yang semakin meningkat di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Media Sosial, Perilaku Hedonisme, Pengelolaan Keuangan, Mahasiswa.

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah menjadi fenomena global yang mengubah pola komunikasi, pertukaran informasi, serta perilaku sosial dan ekonomi masyarakat. Menurut Statista 2023 dalam [1], lebih dari 4,89 miliar penduduk dunia telah terhubung ke internet dan sekitar 4,26 miliar di antaranya aktif menggunakan media sosial. Di Indonesia, penggunaan media sosial juga terus meningkat dengan jumlah pengguna mencapai 191 juta orang atau sekitar 73,7% dari populasi. Selain itu, pengguna internet mencapai 242 juta orang (93,4%), yang didominasi oleh kelompok usia 18–34 tahun dengan rata-rata durasi penggunaan media sosial selama 3 jam 14 menit per hari (Databoks Katadata, 2024). Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok pengguna media sosial terbesar sehingga media sosial berpotensi memberikan manfaat sebagai sumber informasi mengenai literasi dan pengelolaan keuangan, tetapi di sisi lain juga meningkatkan paparan terhadap promosi produk, tren gaya hidup digital, dan konten konsumtif yang dapat mendorong pembelian impulsif [2], [3]. Media sosial sendiri merupakan platform digital yang memungkinkan individu berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun interaksi melalui internet tanpa dibatasi ruang dan waktu [4]. Penelitian oleh [5] menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa karena mampu meningkatkan akses informasi mengenai pengelolaan keuangan. Selain itu, penelitian [6] menunjukkan bahwa penggunaan media sosial turut memengaruhi perilaku pengeluaran mahasiswa sehingga berdampak pada cara mereka mengelola keuangan.

Selain media sosial, perilaku hedonisme juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa. Hedonisme merupakan gaya hidup yang menempatkan kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan pribadi sebagai tujuan utama [7]. Individu dengan perilaku hedonisme cenderung mengutamakan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan sehingga lebih mudah melakukan pengeluaran yang bersifat konsumtif. Menurut [8],

Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang Tinggal di Kos dan Tidak Kos

perilaku hedonisme dapat meningkatkan pengeluaran untuk kebutuhan nonprioritas dan mengurangi kemampuan individu dalam menyusun perencanaan keuangan jangka panjang. Perkembangan teknologi digital dan kemudahan transaksi elektronik semakin memperkuat kecenderungan tersebut karena mahasiswa dapat melakukan pembelian secara cepat melalui berbagai platform digital [9]. Hasil penelitian yang dilakukan oleh [8] dan [10] menunjukkan bahwa perilaku hedonisme memengaruhi cara mahasiswa mengelola keuangan, terutama dalam menentukan prioritas penggunaan uang dan pengendalian pengeluaran.

Pengelolaan keuangan merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengalokasikan, menggunakan, serta mengevaluasi sumber daya keuangan secara efektif agar kebutuhan saat ini maupun masa depan dapat terpenuhi. Menurut Kholil & Iramani (2013) dalam [11] pengelolaan keuangan meliputi kegiatan perencanaan keuangan, penyusunan anggaran, pengalokasian dana, pengendalian pengeluaran, serta evaluasi penggunaan keuangan. Dalam kehidupan mahasiswa, kemampuan tersebut menjadi sangat penting karena berkaitan dengan pengambilan keputusan keuangan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan akademik maupun kebutuhan sehari-hari. Selain dipengaruhi oleh media sosial dan perilaku hedonisme, kemampuan mengelola keuangan juga dipengaruhi oleh faktor internal, seperti literasi keuangan dan kontrol diri, yang membantu mahasiswa menyusun anggaran serta mengendalikan pengeluaran secara lebih bijaksana [12]. Penelitian oleh [13] menunjukkan bahwa lingkungan digital dan perilaku individu memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian [6] yang menyatakan bahwa karakteristik lingkungan dan perilaku mahasiswa turut menentukan kualitas pengelolaan keuangan yang dimiliki.

Selain faktor-faktor tersebut, karakteristik tempat tinggal juga menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan keuangan mahasiswa. Mahasiswa yang tinggal di kos dituntut untuk lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, mulai dari mengatur pengeluaran untuk makan, transportasi, tempat tinggal, hingga kebutuhan akademik. Sebaliknya, mahasiswa yang tinggal bersama orang tua umumnya masih memperoleh dukungan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari sehingga memiliki pola pengeluaran yang berbeda. Perbedaan karakteristik tersebut menyebabkan mahasiswa yang tinggal di kos memiliki tantangan yang lebih besar dalam mengatur prioritas kebutuhan dan mengelola keuangan secara mandiri dibandingkan mahasiswa yang tidak tinggal di kos [6].

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh media sosial dan perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa masih menghasilkan temuan yang belum konsisten. [5] menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, sedangkan [14] menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan. Pada variabel perilaku hedonisme, [15] menunjukkan bahwa perilaku hedonisme berpengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Namun, [16] menemukan bahwa perilaku hedonisme tidak berpengaruh signifikan apabila mahasiswa memiliki kontrol diri yang baik. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya research gap mengenai pengaruh media sosial dan perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Selain itu, penelitian yang membandingkan karakteristik mahasiswa berdasarkan tempat tinggal, yaitu mahasiswa yang tinggal di kos dan yang tidak tinggal di kos, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial dan perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar dengan mempertimbangkan perbedaan karakteristik mahasiswa yang tinggal di kos dan yang tidak tinggal di kos [6].

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif [17] untuk mengevaluasi bagaimana hedonisme gaya hidup dan media sosial berdampak pada pengelolaan keuangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Populasi penelitian berjumlah 2.934 mahasiswa aktif angkatan 2022, dan sampel penelitian sebanyak 352 responden dipilih menggunakan rumus Yamane dan teknik purposive sampling. Uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan rumus: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) dilakukan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan statistik IBM SPSS Statistics.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2022 yang tinggal di kos maupun tidak tinggal di kos, dengan jumlah keseluruhan sebanyak 352 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	85	24,1%
2	Perempuan	267	75,9%
	Total	352	100%

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 3.1, dari 352 responden terdapat 85 responden laki-laki (24,1%) dan 267 responden perempuan (75,9%), yang menunjukkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh mahasiswa perempuan.

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	< 20 Tahun	2	0,6%
2	21-22 Tahun	339	96%
3	24-26 Tahun	12	3,4%
4	> 26 Tahun	0	0%
	Total	352	100%

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 3.2, mayoritas responden berada pada rentang usia 21-22 tahun sebanyak 339 mahasiswa (96%), diikuti rentang usia 24-26 tahun sebanyak 12 mahasiswa (3,4%), dan rentang usia di bawah 20 tahun sebanyak 2 mahasiswa (0,6%), sedangkan tidak terdapat responden berusia di atas 26 tahun. Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menempuh perkuliahan, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh media sosial dan perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mereka.

3.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap variabel, sebagaimana disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

No	Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1	Media Sosial (X1)	352	5,00	25,00	14,1903	3,65002
2	Perilaku Hedonisme (X2)	352	5,00	25,00	14,8608	3,94050
3	Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y)	352	7,00	25,00	15,9972	3,79421

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26

Variabel Media Sosial (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 14,1903 dengan standar deviasi 3,65002, yang menunjukkan bahwa responden secara umum cukup aktif menggunakan media sosial. Variabel Perilaku Hedonisme (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 14,8608 dengan standar deviasi 3,94050, mengindikasikan kecenderungan perilaku hedonisme yang cukup terlihat pada responden. Variabel Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y) memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 15,9972 dengan standar deviasi 3,79421, yang menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang cukup baik. Secara keseluruhan, nilai rata-rata ketiga variabel berada pada kategori sedang hingga tinggi, sehingga data dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

3.4 Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Variabel		Pertanyaan	r hitung	r tabel	Sig	Ket
Media Sosial (X1)	Sosial	X1.1	0,788	0,104	0,000	Valid
		X1.2	0,801	0,104	0,000	Valid

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Sig	Ket
Perilaku Hedonisme (X2)	X1.3	0,783	0,104	0,000	Valid
	X1.4	0,782	0,104	0,000	Valid
	X1.5	0,738	0,104	0,000	Valid
	X2.1	0,781	0,104	0,000	Valid
	X2.2	0,814	0,104	0,000	Valid
	X2.3	0,832	0,104	0,000	Valid
	X2.4	0,749	0,104	0,000	Valid
	X2.5	0,812	0,104	0,000	Valid
Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y)	Y.1	0,775	0,104	0,000	Valid
	Y.2	0,820	0,104	0,000	Valid
	Y.3	0,796	0,104	0,000	Valid
	Y.4	0,791	0,104	0,000	Valid
	Y.5	0,763	0,104	0,000	Valid

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item variabel, yaitu Media Sosial (X1), Perilaku Hedonisme (X2), dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y), valid. Ini karena nilai r hitung $>$ r tabel (0,104) dan signifikansi $<$ 0,05 [18].

b. Uji Realibilitas

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Ket
Media Sosial (X1)	0,837	$>$ 0,60	Reliabel
Perilaku Hedonisme (X2)	0,857	$>$ 0,60	Reliabel
Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y)	0,849	$>$ 0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Media Sosial (X1) memiliki nilai alfa Cronbach sebesar 0,837, Perilaku Hedonisme (X2) memiliki nilai 0,857, dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y) memiliki nilai 0,849. Alat penelitian dianggap reliabel karena semua nilai $>$ 0,60 [18].

3.5 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 3.6 Hasil Uji Normalitas Residual (Kolmogorov-Smirnov)

	Unstandardized Residual
Test Statistic	0,035
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Pengujian normalitas menghasilkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 ($>$ 0,05) dan nilai statistik uji sebesar 0,035. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berada pada kondisi distribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 3.7 Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF
1	Media Sosial (X1)	0,937	1,068
2	Perilaku Hedonisme (X2)	0,937	1,068

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Media Sosial (X1) dan Perilaku Hedonisme (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,937 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,068 (<10). Nilai tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

No	Variabel	Sig.
1	Media Sosial (X1)	0,808
2	Perilaku Hedonisme (X2)	0,843

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Menurut uji heteroskedastisitas metode Glejser, variabel Media Sosial (X1) memiliki nilai signifikansi 0,808, sedangkan variabel Perilaku Hedonisme (X2) memiliki nilai signifikansi 0,843. Tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi karena kedua nilai tersebut $>$ dari 0,05.

3.6 Analisis Regresi Berganda

Tabel 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig
(Constant)	4,050	0,761	-	5,320	0,000
Media Sosial (X1)	0,400	0,044	0,385	9,183	0,000
Perilaku Hedonisme (X2)	0,422	0,040	0,438	10,440	0,000

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,050 + 0,400X1 + 0,422X2.$$

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Media Sosial (X1) dan Perilaku Hedonisme (X2) memiliki dampak positif terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y). Dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,400 dan 0,422, kedua variabel ini menunjukkan dampak positif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

3.7 Pengujian Hipotesis

a) Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Media Sosial (X1) dan Perilaku Hedonisme (X2) masing-masing memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, keduanya memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y).

b) Koefisien Determinasi

Tabel 3.10 Koefisien Determinasi

R	R Square
0,652	0,425

Sumber: Data diolah SPSS Versi 26

Hasil analisis menunjukkan nilai R Square sebesar 0,425 atau setara dengan 42,5%. Temuan ini mengindikasikan bahwa Media Sosial dan Perilaku Hedonisme memiliki kontribusi sebesar 42,5% terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Adapun sebesar 57,5% variasi pada variabel dependen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian serta berada di luar ruang lingkup pembahasan penelitian ini.

Diskusi

a. Pengaruh Media Sosial terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Media Sosial memperoleh nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan

keuangan mahasiswa. Koefisien regresi sebesar 0,400 mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial, pengelolaan keuangan mahasiswa cenderung meningkat.

Media sosial juga berfungsi sebagai sumber informasi mengenai literasi dan perencanaan keuangan, yang dapat membantu mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [13] dan [6], yang menyimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa yang turut membentuk pola pikir, pola konsumsi, serta pengambilan keputusan keuangan. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menyebabkan mahasiswa mudah terpapar informasi mengenai tren gaya hidup, promosi produk, dan budaya konsumtif, sehingga kehadiran iklan digital, tren fashion, dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial dapat mendorong mahasiswa mengikuti pola konsumsi tertentu demi memperoleh pengakuan sosial. Di sisi lain, media sosial juga dapat memberikan dampak positif apabila dimanfaatkan sebagai sumber edukasi mengenai pengelolaan keuangan, tips menabung, dan investasi, sehingga pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan sangat bergantung pada kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri dan menyaring informasi yang diterima. Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior [19], yang menjelaskan bahwa kontrol perilaku terhadap penggunaan media sosial turut menentukan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan.

b. Pengaruh Media sosial terhadap pengelolaan Keuangan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Perilaku Hedonisme memperoleh nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), hal ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Koefisien regresi sebesar 0,422 menunjukkan bahwa perilaku hedonisme memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa.

Gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dan kemewahan dapat memengaruhi cara mahasiswa mengelola pengeluaran mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan [15] dan [8] yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme berdampak pada pengelolaan atau manajemen keuangan mahasiswa.

Perilaku hedonisme pada mahasiswa tercermin dari kecenderungan memenuhi keinginan pribadi, mengikuti tren, serta menjadikan konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup untuk memperoleh kepuasan emosional dan mempertahankan citra sosial di lingkungan pertemanan. Kondisi ini perlu menjadi perhatian karena perilaku hedonisme yang tidak dikendalikan berpotensi menimbulkan pemborosan, pengeluaran impulsif, dan kesulitan menentukan prioritas kebutuhan, yang dalam jangka panjang dapat memengaruhi kestabilan keuangan mahasiswa. Sejalan dengan Theory of Planned Behavior [19], mahasiswa dengan kontrol diri yang baik tetap mampu mengelola keuangan meskipun berada dalam lingkungan yang konsumtif, sedangkan mahasiswa dengan kontrol diri rendah lebih mudah terdorong pada perilaku hedonis yang berlebihan. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran finansial dan pemahaman mengenai prioritas kebutuhan agar mahasiswa mampu membangun pola pengelolaan keuangan yang lebih sehat dan tidak terjebak pada gaya hidup konsumtif yang berlebihan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan perilaku hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut berperan dalam memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, perlu adanya pemanfaatan media sosial secara bijak serta pengendalian gaya hidup hedonisme agar pengelolaan keuangan dapat menjadi lebih baik.

Referensi

- [1] R. Anista, "Transformasi Kebudayaan: Dampak Perkembangan Teknologi dan Media Sosial," *Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, vol. 1, no. 1, 2023.
- [2] J. Harmoni and N. Bangsa, "Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa," vol. 1, no. 2, 2024.
- [3] H. Hatimatunnisani, S. S. Aryanti, K. Pancawati, K. E. Sutrisno, W. Hermawan, D. Perbankan, P. Keuangan, I. Pajajaran, and I. Bandung, "Pengaruh Media Sosial Dan Fomo Finansial Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa," *Jurnal Eko-Bisma*, vol. 3, no. 2, 2024.
- [4] F. E. Setianingsih and F. Aziz, "Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 25–34, 2022, doi: 10.14710/jab.v11i2.42602.
- [5] M. Faisal, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak," *Journal on Education*, vol. 07, no. 01, pp. 6255–6260, 2024.
- [6] W. B. Sholehah N, "Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Yang Tinggal Dikos Dan Tidak Kos," *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, vol. 4, no. 1, 2025.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.12644>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [7] O. Vionnalita Jennyya, M. H. Pratikno, and S. Rumampuk, "Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi," vol. 14, no. 3, 2021.
- [8] W. K. D. A. S. R. Satrio R, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa," Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen, vol. 3, 2024, doi: 10.55606/jupiman.v3j3.4468.
- [9] H. Matua Siregar, M. Irwan, P. Nasution, E. Manajemen, and B. Islam, "Pengaruh Sistem Pembayaran Digital Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu), vol. 14, no. 04, 2025.
- [10] O. S. Zetri R, "Pengaruh Literasi Keuangan, Hedonisme Dan Perilaku Konsumtif Generasi Z Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas Angkatan 2021,2022 Dan 2023)," Jurnal Emas, vol. 6, 2025, doi: 10.30388/emas.v6i10.12616.
- [11] L. E. A. M. Sera D, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Universitas PGRI Palembang," 2022. [Online]. Available: <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/edukasi>
- [12] W. Nugraheni, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa," Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi, vol. 11, no. 3, 2023.
- [13] D. C. Safitri L, Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z. 2022.
- [14] S. D. A. Anggraini and M. A. S. W. Hastuti, "Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023," Jurnal Economina, vol. 2, no. 8, pp. 2019–2035, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i8.715.
- [15] W. H. M. R. Komarudin M, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Pengalaman Keuangan, dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan," Jurnal Akuntansi Dan Pajak, 2024.
- [16] S. Wati, S. Nurwati, B. Frista, A. Asa Suharna, and A. Firnanda, "Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Gaya Hidup Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Universitas Palangka Raya," EKOMA: Jurnal Ekonomi, vol. 4, no. 6, 2025.
- [17] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. 2023.
- [18] I. Gozhali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26. 2021.
- [19] I. Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, 1991.