

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa program studi Akuntansi dan Manajemen di Universitas Malikussaleh, serta mengeksplorasi dampak penggunaan Shopee sebagai platform belanja online terhadap pengelolaan keuangan pribadi mereka. Fenomena meningkatnya transaksi online di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi yang dipengaruhi bukan hanya oleh kebutuhan dasar, tetapi juga oleh keinginan, gaya hidup, dan pengaruh sosial. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menggali pengalaman dan sudut pandang mahasiswa terkait penggunaan Shopee. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi dan Manajemen yang secara rutin berbelanja di Shopee, yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Temuan penelitian mengungkapkan perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi berbagai faktor, seperti kemudahan akses aplikasi, frekuensi promosi (diskon, cashback, dan ongkir gratis), serta adanya keinginan dan kebutuhan yang terdorong dari pengaruh teman sebaya yang didasarkan dengan pembicaraan barang yang sudah di gunakan teman mereka, hal tersebut membuat mahasiswa tertarik untuk ikut membeli barang itu, sedangkan pengaruh media sosial dalam menawarkan barang di shopee yang mana hal ini dapat menyulitkan mahasiswa dalam membedakan kebutuhan pokok yang lebih berguna untuk kehidupan sehari-harinya. Selain itu, rendahnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi turut memperburuk pola konsumtif mahasiswa dalam kehidupan mereka sebagai anak kos yang hanya mengandalkan uang kiriman orang tua . Penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan dan pengendalian diri dalam penggunaan aplikasi belanja online di kalangan mahasiswa.

***Kata Kunci*** : Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Shopee

## ***ABSTRACT***

This study aims to analyze the consumptive behavior among students of the Accounting and Management study programs at Malikussaleh University, as well as to explore the impact of using Shopee as an online shopping platform on their personal financial management. The growing trend of online transactions among students indicates a shift in consumption patterns, influenced not only by basic needs but also by desires, lifestyle, and social influence. This research employs a qualitative approach with a phenomenological method to explore the experiences and perspectives of students regarding their use of Shopee. Participants in this study are Accounting and Management students who regularly shop on Shopee, selected through purposive sampling. Data collection techniques include in-depth interviews, direct observation, and documentation. The findings reveal that students' consumptive behavior is influenced by various factors, such as the ease of access to the application, frequent promotions (discounts, cashback, and free shipping), and the desire and perceived need driven by peer influence. Conversations about items already used by friends often lead students to purchase the same items. Furthermore, social media advertising on Shopee makes it difficult for students to distinguish between essential needs and wants. Additionally, the lack of understanding about personal financial management worsens students' consumptive patterns, especially among those living away from home and relying solely on financial support from their parents. This study emphasizes the importance of improving financial literacy and self-control in the use of online shopping applications among university students.

*Keywords: Consumptive Behavior, University Students, Shopee*