

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

Oleh:

Siti Aisyah Putri Ayu¹

Zahra As Syifa'²

Universitas Negeri Surabaya

Alamat: Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur (60231).

Korespondensi Penulis: siti.23168@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *Aesthetic lifestyle trend has been popular among peoples on social media, one group of which is students. This trend has led to the emergence of standards established in society. This encourages students to meet aesthetic lifestyle standards, raising concerns that it will lead to an impact on their financial management. Thus, this research aims to analyze the effect of aesthetic lifestyle on social media on student's financial management, particularly on students of S1 accounting at The State University of Surabaya (UNESA) with the use of quantitative methods. The data collection methods for this research uses a questionnaire technique, this questionnaire data is tested using a simple linear regression which is analyzed via IBM SPSS statistics version 26 software application. According to the results of the tests that have been conducted indicates that either partially or simultaneously, H_0 is rejected while H_1 is accepted. This indicates that aesthetic lifestyle has a significant impact on student's financial management of 24,2%.*

Keywords: *Aesthetic, Lifestyle, Social Media, Finance Management, Students, Simple Linear Regression..*

Abstrak. *Tren aesthetic lifestyle yang beredar di media sosial telah digemari banyak orang, salah satunya yakni mahasiswa. Tren gaya hidup ini berujung pada munculnya standar yang tercipta di masyarakat. Hal tersebut mendorong mahasiswa untuk berusaha memenuhi standar aesthetic lifestyle, sehingga dikhawatirkan akan menimbulkan dampak pada manajemen keuangan mereka. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji*

Received December 06, 2024; Revised December 14, 2024; December 21, 2024

*Corresponding author: siti.23168@mhs.unesa.ac.id

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

bagaimana pengaruh *aesthetic lifestyle* di media sosial terhadap manajemen keuangan mahasiswa, khususnya pada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dengan skor skala likert, data hasil kuesioner ini diuji menggunakan metode regresi linear sederhana yang dianalisis melalui *software* aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 26. Berdasarkan hasil uji dan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwasannya secara parsial dan juga simultan, H_0 dinyatakan ditolak, sedangkan H_1 dinyatakan diterima. Hal tersebut menunjukkan hasil bahwa *aesthetic lifestyle* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa, yakni sebesar 24,2%.

Kata Kunci: Gaya Hidup Estetis, Media Sosial, Manajemen Keuangan, Mahasiswa, Regresi Linear Sederhana.

LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman dari hari ke hari telah mengalami kemajuan. Peradaban zaman berkembang hingga seperti sekarang ini, di mana dunia telah berubah serba modern yang menuntut masyarakat untuk beradaptasi dengan adanya globalisasi. Dengan munculnya globalisasi di seluruh belahan dunia akan mendorong berkembangnya teknologi dalam berbagai bidang yang memudahkan umat manusia dalam beraktivitas, sehingga menyebabkan teknologi menjadi kebutuhan primer manusia (Tamimi, F., & Munawaroh, S. 2024). Banyak aktivitas manusia di era modern ini yang bergantung pada teknologi. Salah satu bidang teknologi, yakni Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) memberikan manfaat yang berarti bagi umat manusia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Cholik, C. A., 2021:40) menyatakan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi berperan penting dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang sosial budaya.

Pada penelitian yang sama juga mengungkapkan bahwasannya Teknologi Informasi dan Komunikasi mengambil peran dalam bidang sosial budaya dengan mengubah cara masyarakat dalam berbahasa dan berkomunikasi. Seiring dengan perkembangan ini, masyarakat menjadi lebih sering menggunakan bahasa asing, misalnya dengan memadukan bahasa Indonesia dan Inggris ketika bercengkrama dengan orang lain. Hal tersebut diakibatkan oleh berkembangnya Teknologi Informasi yang menjadikan masyarakat lebih mengenal budaya luar, hal ini didukung dengan penggunaan gadget

untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena dinilai lebih efektif untuk menjangkau orang yang berjarak jauh.

Salah satu bentuk nyata dari perubahan ini adalah dengan munculnya media sosial, sebagai platform yang menghubungkan seluruh umat manusia di dunia dalam satu media atau wadah. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah orang yang mengakses media sosial dari tahun 2013 hingga tahun 2024, diambil dari survey yang telah dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2024 dalam satuan miliar.

Tabel 1. Pengguna Media Sosial di Seluruh Dunia

No	Nama Data	Nilai
1	2013	1.72
2	2014	1.857
3	2015	2.078
4	2016	2.307
5	2017	2.789
6	2018	3.196
7	2019	3.461
8	2020	3.709
9	2021	4.1
10	2022	4.623
11	2023	4.76
12	2024	5.04

Sumber: Diolah dari We Are Reportal

Dari data tersebut dapat diketahui bahwasannya jumlah masyarakat dunia yang mengakses media sosial dari tahun 2013 hingga 2024 mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai jumlah 5,04 miliar pada tahun 2024. Pada survey yang sama,

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

pengguna media sosial di Indonesia dalam tahun 2023 mencapai 167 juta orang, atau sekitar 60,4% dari total populasi penduduk Indonesia, dengan rata-rata waktu pengaksesan media sosial melalui berbagai perangkat selama 3 jam 18 menit per-harinya, disebutkan pula mayoritas kalangan pengguna media sosial berumur 18 hingga 34 tahun sebesar 54,1%, dengan proporsinya pada perempuan sebesar 51,3% sedikit lebih tinggi daripada laki-laki dan pada laki-laki sebesar 48,7%.

Kelompok dengan rentang usia tersebut sebagian besar berasal dari Generasi Z, di mana rentang usia ini juga mencakup sebagian besar mahasiswa, yang umumnya juga berada dalam usia 18-24 tahun atau lebih untuk jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Akibat dari kecenderungan mengakses media sosial secara terus-menerus ini, mahasiswa rentan terpengaruh oleh tren digital dan berbagai tren baru yang disajikan dalam media sosial. Kecenderungan ini dapat mengarahkan mahasiswa pada perubahan cara mereka memandang hidup, pemikiran politik, hingga perilaku sosial. Perilaku sosial yang dimaksud disini dapat dilihat dari perubahan preferensi konsumen hingga cara mereka dalam membangun identitas dan nilai diri.

Dengan adanya media sosial sebagai sarana yang menyediakan berbagai informasi dari seluruh pengguna di dunia dalam satu wadah, memberikan akses kepada mahasiswa untuk melihat dan mengikuti bermacam-macam konten dari influencer, konten kreator, maupun teman-teman mereka yang mengadaptasi berbagai gaya hidup dari tiap pribadi yang berbeda. Salah satu tren gaya hidup dari pengaruh konten media sosial yang sedang ramai diikuti oleh kalangan anak muda khususnya mahasiswa saat ini ialah *aesthetic lifestyle* atau dapat disebut juga sebagai gaya hidup estetik. Tren gaya hidup ini mendorong mahasiswa untuk mengedepankan aspek visual yang estetik dalam berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari cara berpakaian, desain interior, preferensi menu makan, hingga penerapannya dalam aktivitas sehari-hari. Gaya hidup estetik yang kerap kali disajikan dalam berbagai konten media sosial ini menciptakan standar tersendiri di kalangan masyarakat guna mencapai gaya hidup yang benar-benar dapat dikatakan estetik. Standar inilah yang mendorong mahasiswa untuk memperhatikan setiap detail dalam memilih pakaiannya, mendekorasi ruang pribadi mereka dengan barang-barang yang unik dan memiliki nilai estetik, hingga preferensi mereka dalam memilih menu makanan demi mencapai standar gaya hidup estetik tersebut.

Media sosial menjembatani mahasiswa dalam mengekspresikan gaya hidup estetik dan mengembangkan citra diri mereka di mata publik dengan mengunggah konten yang memamerkan fashion hingga kehidupan mereka sehari-hari. Hal tersebut dapat tercermin melalui banyaknya mahasiswa yang mengunggah outfit mereka sehari-hari dengan hastag #OOTD (*Outfit Of The Day*) sebagai ajang untuk meningkatkan citra diri mereka melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Tunazila H, Anis Endang S.M, Octaviany V. 2024) yang menyatakan bahwasannya banyak mahasiswa yang mengunggah fashion sehari-hari dengan hastag ini sebagai cerminan dari gaya hidup dan citra diri mereka masing-masing.

Akibat demi mengikuti standar gaya hidup estetik yang ditampilkan di sosial media mendorong mahasiswa untuk membeli barang-barang yang mendukung tampilan mereka seperti pakaian estetik yang sedang tren, barang dekorasi, aksesoris, dan perlengkapan lain yang memperkuat citra estetik mereka di mata publik dan di media sosial. Kecenderungan untuk selalu mengikuti standar estetik inilah yang dapat membentuk pola konsumsi pada mahasiswa itu sendiri, yang dikhawatirkan dapat mempengaruhi keuangan mereka. Mengingat mayoritas mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri sehingga kondisi keuangan mereka tentunya masih sangat terbatas. Hal tersebut memunculkan kekhawatiran akan dampaknya pada stabilitas manajemen keuangan pribadi mahasiswa apabila tidak dikontrol dengan bijak terlebih lagi jika mahasiswa tersebut tidak memiliki pemahaman yang baik mengenai manajemen keuangan pribadi. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan kajian yang mendalam terkait permasalahan ini. Menarik untuk dipelajari pengaruh tren visual ini pada pola pengeluaran keuangan mahasiswa, khususnya terkait perencanaan anggaran, prioritas kebutuhan, dan kesadaran finansial. Dengan memahami pengaruh antara aesthetic lifestyle di media sosial dan manajemen keuangan mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh perilaku keuangan generasi muda di era digital terhadap pengelolaan keuangan mereka di tengah perubahan sosial dan teknologi yang pesat.

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

KAJIAN TEORITIS

Theory of Planned Behaviour

Theory of Planned Behaviour (TPB) atau yang disebut dengan Teori Perilaku Terencana dicetuskan oleh seorang ahli Psikologi yakni Izek Ajzen, 1991. Teori ini diungkapkan melalui artikelnya yang berjudul, “*From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behaviour*” sebagai pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini mengungkapkan bahwa niat sebagai faktor utama yang dapat memberikan dampak pada tindakan yang diambil. Niat ini timbul berasal dari proses berpikir dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Menurut pendapat (Izek Ajzen, 1991), faktor-faktor tersebut, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dijelaskan di bawah ini.

1. Sikap

Faktor ini terbentuk berdasarkan kepercayaan atau *belief* milik seseorang terkait dengan konsekuensi dari perbuatan tersebut, yang kemudian dievaluasi dan dinilai terhadap konsekuensi tersebut, di mana penilaian tersebut dapat berupa positif atau negatif.

2. Norma Subjektif

Faktor ini terbentuk dari kepercayaan atau *belief* terkait dengan pandangan atau opini terhadap suatu perilaku. Faktor ini dapat berupa tekanan sosial atau dapat juga berupa harapan dari orang-orang yang dianggap penting, misalnya keluarga, teman, dan lain-lain sehingga mendorong untuk memutuskan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku serta motivasi seseorang untuk memenuhi harapan orang lain tersebut. Hal ini berarti bahwa norma subjektif berlandaskan pada opini ingin dinilai baik dan diterima oleh masyarakat di sekitarnya atau yang sering disebut sebagai norma sosial.

3. Kontrol Perilaku

Faktor ini merupakan kendali yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan suatu perilaku, yang dipengaruhi oleh kemampuan penganalisaan sumber daya yang dimiliki, kesempatan lain yang mendorong suatu perilaku tersebut, dan hambatan yang dirasakan.

Aesthetic Lifestyle

Lifestyle menurut pernyataan (Mowen, Minor dalam Febliansa M. R, Melinda T. F, Sari D. R, 2022) menyatakan bahwasannya gaya hidup merupakan bagaimana cara seseorang menjalankan kehidupan mereka. Sedangkan, (Kotler dalam Febliansa M.R, Melinda T. F, Sari D. R, 2022) gaya hidup didefinisikan sebagai sebagai pola kehidupan seseorang yang dicerminkan ke dalam aktivitas, minat, dan pendapat. Menurut (Windy Arini, 2021) indikator-indikator tersebut dapat ditunjukkan melalui beberapa tujuan berikut ini:

1. Aktivitas

Aktivitas merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara nyata. Aktivitas dapat berbentuk kerja, hobi, acara sosial, hiburan, mengakses media sosial, berbelanja, dan lain sebagainya.

2. Minat

Minat merupakan suatu perasaan yang menunjukkan adanya perhatian khusus terhadap sesuatu. Minat pada setiap manusia dapat berbeda beda karena pada dasarnya manusia memiliki preferensi ataupun ketertarikan kepada objek yang berbeda satu sama lain. Minat ini juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

3. Pendapat/Opini

Pendapat atau yang juga dapat disebut sebagai opini ini adalah sebuah jawaban dari pemikiran seseorang yang diberikan sebagai reaksi terhadap sebuah situasi. Opini dapat digunakan untuk mengungkapkan penafsiran, harapan, dan evaluasi dari suatu kondisi. Misalnya, kepercayaan terhadap maksud dari orang lain, memprediksi mengenai kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang dan mempertimbangkan antisipasi dari kemungkinan tersebut, dan lain sebagainya.

Estetika menurut pandangan (Alfansi dalam Febliansa M.R, Melinda T. F, Sari D. R, 2022) merupakan gagasan yang terkait dengan keindahan dan selera masing-masing orang, yang dapat ditunjukkan dalam bentuk seni dan apresiasi terhadap ragam warna maupun bentuk. Di sisi lain, (Schmitt, Simonson dalam Febliansa M. R, Melinda T. F, Sari D. R, 2022) mengungkapkan bahwa estetika dapat ditampilkan ditampilkan melalui indra penglihatan, sentuhan, suara, dan rasa/penciuman.

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

Dari beberapa pengertian yang diungkapkan oleh para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwasanya gaya hidup estetik merupakan pola hidup yang mencerminkan nilai keindahan yang mengandung unsur seni serta ditampilkan melalui aktivitas, minat, dan pendapat dalam kesehariannya.

Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua suku kata, yakni media dan sosial. Media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata *medium* yang berarti harfiah sebagai perantara. Hal ini memiliki maksud bahwa media digunakan sebagai perantara antara dua pihak, yakni sumber informasi dan penerima informasi (Heinich, R, et al dalam Daryanto, 2016). Sedangkan, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media merupakan alat atau sarana komunikasi. Dari berbagai pengertian media dari beberapa sumber, dapat disimpulkan bahwa media merupakan alat atau sarana komunikasi yang digunakan sebagai perantara dalam menyampaikan informasi kepada penerima informasi.

Selanjutnya, sosial berasal dari bahasa latin *socius* yang memiliki makna berkawan atau masyarakat. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sosial dapat diartikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan masyarakat. Sedangkan, ungkapan (Aritrimaria dalam Amiman, R., et al. 2022) bahwa sosial merupakan sekelompok individu yang saling berinteraksi satu sama lain yang menciptakan perasaan kebersamaan di antara mereka. Dari berbagai pengertian sosial sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa sosial merupakan segala hal bentuk interaksi yang melibatkan individu atau kelompok yang menciptakan sehingga menciptakan perasaan kebersamaan dalam berbagai bentuk aspek kehidupan masyarakat.

Oleh karena itu, media sosial dapat didefinisikan dengan menggabungkan antara konsep media sebagai alat atau sarana komunikasi dengan konsep sosial sebagai hubungan antarindividu atau kelompok. Dengan hal tersebut, dapat diperoleh kesimpulan bahwa media sosial merupakan alat atau sarana komunikasi interaktif yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja, tetapi juga berbagi informasi, menciptakan konten dalam jaringan virtual. Hal ini sejalan dengan definisi yang terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), di mana media sosial merupakan laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jejaring sosial.

Media sosial dapat memberikan dampak pada kehidupan manusia, dampak tersebut dapat dibagi menjadi dua, yakni dampak positif dan negatif (Cahyono, A. S. 2016). Berikut dampak positif dari media sosial.

1. Memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan banyak orang
2. Menambah jaringan koneksi secara lebih luas
3. Memberikan kemudahan dalam mengekspresikan diri
4. Mempercepat penyebaran informasi

Sebaliknya, dampak negatif dapat disebutkan sebagai berikut.

1. Memiliki risiko penggunaannya abai pada lingkungan sekitarnya
2. Menurunnya interaksi yang dilakukan secara tatap muka
3. Membuat kecanduan akan internet
4. Rentannya terpengaruh hal-hal yang buruk orang lain

Manajemen Keuangan Pribadi

Menurut pernyataan (Mega Widiawati, 2020) manajemen keuangan memiliki arti bahwa sesuatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai sebuah tujuan di masa yang akan datang, yang pasti untuk mencapai sebuah kestabilan keuangan. Adapun menurut pendapat (Purba dalam Hastuti Y, 2022) menyatakan bahwasannya manajemen keuangan atau yang juga dapat disebut sebagai pengelolaan keuangan ini merupakan serangkaian proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap aktivitas aktivitas keuangan.

Secara umum, manajemen keuangan dibagi menjadi tiga jenis, yakni manajemen keuangan usaha dan manajemen keuangan pribadi. Sesuai dengan namanya, menurut (Gitman dalam Widiawati M, 2020) manajemen keuangan pribadi adalah sebuah seni dan ilmu mengenai cara mengelola sumber daya yakni adalah uang milik individu maupun rumah tangga.

Dari berbagai pernyataan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya manajemen keuangan pribadi merupakan serangkaian proses bagaimana seorang individu mengelola keuangannya untuk sebuah tujuan di masa mendatang dengan menerapkan adanya perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan juga pengendalian pada setiap kegiatan yang dilakukannya. Menurut pendapat (Warsono dalam Hastuti Y, 2022) terdapat 4 indikator dalam manajemen keuangan, diantaranya yaitu :

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

1. Penggunaan Dana

Maksud dari penggunaan dana disini adalah bagaimana cara seseorang mengalokasikan dana yang dimiliki untuk kebutuhannya. Pengalokasian dana yang baik harus berdasarkan pada skala prioritas. Skala prioritas adalah bagaimana kita mengurutkan kebutuhan berdasarkan pada tingkat urgensinya. Skala prioritas ini dapat ditinjau berdasarkan urutan keperluan yang paling dibutuhkan, namun dalam pelaksanaannya harus tetap memperhatikan persentase pengalokasian dana tersebut agar tidak terjadi pola konsumsi yang berlebihan dalam sehari-hari.

2. Penentuan Sumber Dana

Yang dimaksud dari sumber dana yakni asal daripada dana yang didapatkan oleh individu untuk mencukupi kebutuhannya. Contohnya seperti gaji pekerjaan, beasiswa, dana dari orang tua, maupun dari donatur.

3. Manajemen Risiko

Manajemen risiko ialah usaha pengelolaan untuk menentukan atau mengestimasi risiko yang mungkin terjadi di masa mendatang. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa seorang individu perlu untuk memiliki estimasi risiko yang mungkin mengancam kestabilan keuangannya sebagai sarana proteksi dari kejadian yang tak terduga di masa depan misalnya seperti kebutuhan dana mendesak, biaya berobat, dan lain sebagainya. Pada umumnya masyarakat melakukan manajemen risiko dengan mendaftar asuransi dan memiliki dana darurat sebagai antisipasi.

4. Perencanaan Masa Depan

Seorang individu penting untuk memiliki perencanaan untuk masa depannya. Perencanaan ini memungkinkan bagi individu untuk menganalisa berbagai kebutuhan yang diperlukan di masa mendatang, dengan menganalisa maka nantinya individu juga akan dapat mempersiapkan perkiraan dana yang ia butuhkan untuk memenuhi target rencana kebutuhan yang telah ia ciptakan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti investasi ataupun dengan menyiapkan tabungan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh antara *aesthetic lifestyle* pada

media sosial dengan manajemen keuangan mahasiswa dalam bentuk data angka yang dapat dianalisis secara statistik. Dengan statistik, analisa yang dilakukan dapat diukur secara jelas dan dapat diuji kebenaran hasilnya sehingga menghasilkan kesimpulan yang objektif (Sugiyono, S. 2016).

Dengan adanya tujuan untuk mengukur tingkat hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel tersebut, di mana, *aesthetic lifestyle* pada media sosial sebagai variabel independennya (X), dan manajemen keuangan mahasiswa sebagai variabel dependen (Y) maka desain penelitian yang digunakan yakni bersifat asosiatif (Sugiyono, S. 2016).

Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut pendapat (Hasan M.I dalam Ambarwati S.D, 2017) mengungkapkan bahwasannya populasi merupakan jumlah total daripada seluruh objek maupun individu yang akan diteliti, sekumpulan objek ini memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap sesuai dengan topik penelitian.

Penelitian ini mengambil populasi Mahasiswa aktif program studi S1 akuntansi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2021-2024. Dari data yang didapatkan dalam Pangkalan Data Perguruan Tinggi (PDDikti) mahasiswa program studi S1 akuntansi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2021-2024 pada semester ganjil 2024/2025 berjumlah sebanyak 1.228 mahasiswa. Adapun alasan mengapa peneliti mengambil populasi tersebut adalah karena mahasiswa program studi akuntansi seharusnya sudah memiliki pengetahuan lanjutan mengenai keuangan, akuntansi, dan manajemen, sehingga menjadikan mereka sebagai sampel yang relevan dengan topik penelitian ini.

Adapun dalam proses penyebaran kuesioner, peneliti menetapkan kriteria tambahan yakni responden yang aktif dalam bermedia sosial agar dapat relevan dengan topik yang akan diteliti karena penelitian ini meneliti pengaruh gaya hidup *aesthetic* yang tercantum dalam konten media sosial.

2. Sampel

Setelah ditetapkannya populasi penelitian, selanjutnya peneliti akan menentukan sampel. Menurut penuturan (Mudrajad K. dalam Arini W, 2021) mengemukakan

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

bahwasannya sampel merupakan sebagian daripada populasi yang diharapkan oleh peneliti dapat mewakili karakteristik populasi penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menerapkan *Purposive Sampling*. Menurut penuturan (Sugiyono, 2017), *purposive sampling* merupakan sebuah metode pengambilan sampel dengan mempertimbangkan adanya syarat tertentu. Alasan peneliti menggunakan teknik sampling ini karena topik penelitian mempertimbangkan adanya kriteria tertentu, seperti mahasiswa yang diambil dari populasi harus berstatus aktif dan juga aktif dalam bermedia sosial. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat *margin of error* sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka ditemukan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 mahasiswa.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat *margin of error*

Perhitungan Jumlah Sampel Penelitian:

$$n = \frac{1.228}{1 + 1.228 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.228}{1 + 1.228 \times 0,01}$$

$$n = 92,4698795181$$

$$n = 92 \text{ (dibulatkan)}$$

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data utama yakni kuesioner atau yang sering disebut dengan angket. Angket merupakan teknik mengumpulkan data yang menyertakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya secara sistematis,

yang kemudian responden akan memberi tanggapan melalui pertanyaan tersebut yang dapat diukur melalui pilihan jawaban yang telah ditentukan oleh peneliti (Jailani, M. S. 2023). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang disebut tertutup.

Peneliti menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur perolehan angket melalui pemberian skor untuk setiap pertanyaan, yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Skor Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor Jawaban
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2017

Selanjutnya, peneliti perlu melakukan perumusan operasional pada variabel penelitian yang dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Butir
Aesthetic Lifestyle pada Media Sosial	Aktivitas	Mengejar modernitas fisik	1
		Menghabiskan sebagian besar harta yang dimilikinya	2, 3
	Minat	Memenuhi keinginan atau hasrat yang muncul secara spontan ketika mengakses media sosial.	4, 5
	Opini	Memiliki pandangan bahwa hidup	6

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

Manajemen Keuangan Mahasiswa	Penggunaan Dana	Mengelola dan mengalokasikan pengeluaran yang digunakan untuk keperluan dengan berlandaskan skala prioritas	8, 9
	Penentuan Sumber Dana	Sumber memperoleh dana yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan atau keinginan gaya hidup	7
	Manajemen Risiko	Menghadapi kemungkinan masalah keuangan atau situasi darurat untuk mengantisipasi peristiwa yang tidak terduga	11
	Perencanaan Masa Depan	Perencanaan Keuangan	10

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan alat berupa program IBM SPSS *Statistics* versi 26 untuk menguji instrumen data, menguji asumsi klasik, menganalisis data, dan juga untuk menguji hipotesis penelitian. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana untuk menganalisis data penelitian. Untuk menentukan hasil penelitian menggunakan metode regresi linear sederhana, perlu untuk mengikuti syarat dan ketentuan berikut ini:

1. Pengujian Instrumen Data
 - a. Uji Validitas

Menurut penuturan (Arikunto dalam Ruslan, Kurbani A, 2020) bahwasannya uji validitas ini merupakan sebuah ukuran yang menyajikan tingkatan kevalidan atau keaslian suatu instrumen data, di mana suatu kuesioner penelitian dapat dikatakan valid apabila mampu untuk mampu mengungkapkan objek yang akan diukur dalam kuesioner penelitian tersebut. Menurut (Sugiyono, 2017) nilai signifikansi yang diterapkan dalam uji validitas ialah 5% atau 0,05. Hal tersebut bermakna bahwa apabila probabilitas data $< 0,05$ akan dikatakan valid, sebaliknya jika $> 0,05$ maka tidak dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ruslan, Kurbani A, 2020) uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menyajikan seberapa pantas alat ukur penelitian dapat dipercaya untuk mengemukakan hasil penelitian uji reliabilitas ini dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 6% atau 0,06, sebaliknya jika < 0,06 maka tidak akan dapat dikatakan reliabel.

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut pendapat (Santoso dalam Ruslan, Kurbani A, 2020) mengemukakan bahwasannya uji normalitas dalam suatu penelitian memiliki tujuan guna menguji hubungan linear antara model regresi, variabel dependen, serta variabel independen. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogrov Sminorv*, yakni apabila hasil uji *Kolmogrov Sminorv* < 0,05 akan dikatakan normal, sebaliknya jika > 0,05 maka tidak dinyatakan normal.

b. Uji Linear

Dalam penelitian (Setiawan C.K, Yosepha S.Y, 2020) mengemukakan bahwa uji linear ditujukan untuk menguji apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antar variabel. Dasar dalam pengambilan keputusan uji linear ialah apabila nilai probabilitas menunjukkan < 0,05 akan dikatakan memiliki hubungan linear, sebaliknya jika > 0,05 maka dinyatakan tidak memiliki hubungan linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut pendapat (Santoso dalam Ruslan, Kurbani A, 2020) ditujukan untuk mengetahui adanya ketidak selarasan antara variance residual pengamatan satu dengan yang lain apakah tetap (homokedastisitas) atau tidak (heteroskedastisitas.) Untuk menganalisis ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat diupayakan dengan mendeteksi ada atau tidaknya pola titik pada SREID dan SPRED.

3. Teknik Analisis Data

a. Regresi Linear Berganda

Menurut pendapat (Sugiyono, 2017) metode analisis data regresi linear sederhana diaplikasikan untuk meninjau seberapa besar pengaruh antara satu

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

variabel dependen dengan satu variabel independennya. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang mengambil satu variabel dependen dan independen yakni *aesthetic lifestyle* pada media sosial sebagai variabel independen (X), serta manajemen keuangan mahasiswa sebagai variabel dependennya (Y).

$$Y' = \alpha + bX$$

Keterangan:

Y' = Nilai Variabel Independen (*aesthetic lifestyle* pada media sosial)

α = Bilangan Konstan

b = Koefisien Regresi

X = Nilai Variabel Dependen (manajemen keuangan mahasiswa)

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut pendapat (Siregar dalam Ruslan, Kurbani A, 2020) menyatakan bahwasannya koefisien determinasi merupakan bilangan yang menyatakan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan (Sugiono, 2017), hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian. Hal ini dikarenakan hipotesis bersumber dari teori-teori yang berkaitan, bukan pada fakta-fakta empiris yang telah dikumpulkan. Rumusan hipotesis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₀ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic lifestyle* pada media sosial terhadap manajemen keuangan mahasiswa

H₁ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic lifestyle* pada media sosial terhadap manajemen keuangan mahasiswa

Oleh karena itu, untuk melakukan uji hipotesis tersebut maka diperlukan metode-metode sebagai berikut.

a. Uji T (Secara Parsial)

Menurut pendapat (Sujarweni dalam Ruslan, Kurbani A, 2020), uji T ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t memiliki syarat lolos uji, dengan nilai sig harus $< 0,05$.

b. Uji F

Menurut pendapat (Ruslan, Kurbani A, 2020), uji F ditujukan guna menguji variabel independen secara simultan terhadap variabel independen.

Syarat lolos uji F ialah apabila nilai F-hitung > F-tabel atau dengan menggunakan nilai signifikansi yang memiliki syarat bernilai di bawah 0,05

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

	Pernyataan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Pearson Correlation	.626	.603	.795	.586	.647	.652	.536	.570	.445	.296	.492
Sig (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.003	.000	.000	.000	.000	.004	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas pada rangkuman tabel yang diolah dari program SPSS versi 26 di atas diperoleh bahwasannya nilai signifikansi yang dihasilkan dari sebelas pernyataan tersebut bernilai kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwasannya instrumen dalam penelitian ini bersifat valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.795	11

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas diperoleh bahwa nilai cronbach's alpha bernilai 0,795, di mana nilai tersebut lebih besar daripada 0,60 maka

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel yang berarti dapat dipercaya.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16800111
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.063
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas diketahui bahwasannya nilai signifikansi yang dapat dilihat pada bagian *asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,094. Hal ini berarti bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai signifikan yang didapatkan lebih dari 0,05.

Uji Linearitas

Tabel 7. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa * <i>Aesthetic Lifestyle</i>	Between Groups	(Combined)	234.931	16	14.683	3.347	.000
		Linearity	136.192	1	136.192	31.049	.000
		Deviation from Linearity	98.738	15	6.583	1.501	.127
	Within Groups		328.982	75	4.386		
	Total		563.913	91			

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas diketahui bahwasannya nilai signifikansi *deviation from linearity* bernilai 0,127, di mana nilai tersebut lebih dari 0,05 yang

berarti bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara *aesthetic lifestyle* pada media sosial sebagai variabel independen dan manajemen keuangan mahasiswa sebagai variabel dependen.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.884	.621		1.424	.158
	Aesthetic Lifestyle	.046	.036	.132	1.265	.209

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi bernilai 0,209, di mana nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Analisis Data

Tabel 9. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.491 ^a	.242	.233	2.18001

a. Predictors: (Constant), Aesthetic Lifestyle

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Berdasarkan hasil dari model summary didapatkan informasi bahwasannya nilai R (korelasi) sebesar 0,491, hal tersebut bermakna bahwa variabel (X) memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap variabel (Y). Adapun nilai R Square diperoleh sebesar 0,242 yang berarti variabel (X) memberikan pengaruh sebesar 24,2% terhadap variabel (Y).

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

Tabel 10. Koefisien

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.560	.970		8.823	.000
	Aesthetic Lifestyle	.304	.057	.491	5.353	.000

a. Dependent Variable: Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS statistics versi 26

Dari output yang didapatkan dari SPSS di atas dapat diketahui bahwa nilai Constant (α) sebesar 8,560, sedangkan nilai koefisien korelasinya (b) diperoleh sebesar 0,304. Dari hasil tersebut akan diaplikasikan ke dalam persamaan regresi, sehingga persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y' = \alpha + bX$$

$$Y' = 8,560 + 0,304X$$

Persamaan tersebut menggambarkan bahwa peningkatan nilai X akan diikuti oleh peningkatan nilai Y, di mana untuk hal ini, setiap peningkatan 1 satuan pada nilai X akan meningkatkan Y sebesar 0,304 satuan.

d. Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 11. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.560	.970		8.823	.000
	Aesthetic Lifestyle	.304	.057	.491	5.353	.000

a. Dependent Variable: Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS statistics versi 26

Dari tabel tersebut dapat diperoleh nilai sig *aesthetic lifestyle* sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut < 0,05, di mana nilai tersebut menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial *aesthetic*

lifestyle memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yakni manajemen keuangan mahasiswa.

Uji F

Tabel 12. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.192	1	136.192	28.657	.000 ^b
	Residual	427.721	90	4.752		
	Total	563.913	91			

a. Dependent Variable: Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Aesthetic Lifestyle

Sumber: Diolah dengan program IBM SPSS *statistics* versi 26

Dari data tersebut dapat dianalisis bahwasannya nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang bermakna bahwa nilai tersebut kurang dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa H0 tidak terbukti atau tidak diterima dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan *aesthetic lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yakni manajemen keuangan mahasiswa

Pengaruh *Aesthetic Lifestyle* pada Media Sosial terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa

Dari analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwasannya *aesthetic lifestyle* pada media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen keuangan mahasiswa. Hal tersebut didukung dengan hasil persamaan regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa apabila mahasiswa semakin mengikuti *aesthetic lifestyle*, maka akan semakin berpengaruh pula terhadap manajemen keuangan pribadi mereka, dan begitu pula sebaliknya. Temuan ini sejalan dengan *theory of planned behaviour* yang menjelaskan bahwa terkait dengan penyebab pengambilan suatu tindakan, yakni sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, didapatkan bahwa sikap individu yakni mahasiswa yang mengikuti gaya hidup estetik karena dipengaruhi oleh tuntutan norma sosial yang tersirat pada konten media sosial, selain itu gaya hidup estetik ini juga dipengaruhi oleh kontrol diri mahasiswa dalam membeli

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

barang-barang estetik tersebut yang akan mempengaruhi manajemen keuangan pribadi mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang terkait dengan “Pengaruh *Aesthetic Lifestyle* pada Media Sosial terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa” dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Hasil pengujian asumsi klasik didapatkan bahwa dari hasil uji normalitas, nilai asymp. sig sebesar $0,094 > 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi. Kemudian, uji linearitas, di mana nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,127 > 0,05$ maka asumsi linear juga terpenuhi. Terakhir, uji heteroskedastisitas didapatkan nilai sig sebesar $0,209 > 0,05$ yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Hasil pengujian regresi linear sederhana diperoleh nilai konstanta sebesar 8,560 dan koefisien untuk variabel *aesthetic lifestyle* sebesar 0,304 sehingga didapatkan persamaan regresinya yakni $Y' = 8,560 + 0,304X$ yang berarti setiap peningkatan 1 satuan pada nilai X akan meningkatkan Y sebesar 0,304 satuan.
3. Hasil pengujian hipotesis, baik uji T dan uji F diperoleh nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *aesthetic lifestyle* pada media sosial terhadap manajemen keuangan mahasiswa.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat menjadi faktor perhatian untuk penelitian selanjutnya, seperti hanya terbatas pada responden di suatu wilayah tertentu saja, sehingga hasilnya masih kurang menggambarkan keragaman mahasiswa berdasarkan institusi pendidikan atau lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- AMBARWATI, S. D. (2017). *HUBUNGAN INTERAKSI SOSIAL KELOMPOK TEMAN SEBAYA DENGAN GAYA HIDUP HEDONISME ESTETIS DI KALANGAN PELAJAR SMPN 128 JAKARTA* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).

- Amiman, R., Mokalau, B. J., & Tumengkol, S. (2022). Peran Media Sosial Facebook Terhadap Kehidupan Masyarakat Di Desa Lalue Kecamatan Essang Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3).
- Arini W. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Medan Marelan (Kota Medan).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2(2), 39-46.
- Daryanto. (2016). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Febliansa, M. R., Melinda, T. F., & Sari, D. R. (2022). Gaya Hidup Gamer Online: Pengguna Voucher Top UP Garena. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 37-48.
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. W. (2012). *Educational Research Competencies for Analysis and Applications* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Hastuti Y. (2020) Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup pada Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Bandar Lampung.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Ruslan, R., & Kurbani, A. (2020). Pengaruh Pengawasan dan Kemampuan Kerja terhadap Kinerja Pegawai Kejaksaan Tinggi Sumatera Selatan. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 2(1).
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus pada Followers Account Twitter @thebodyshopindo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1).
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 1-11.
- Tamimi, F., & Munawaroh, S. (2024). Teknologi sebagai Kegiatan Manusia dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat. *Saturnus: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(3), 66-74.

PENGARUH *AESTHETIC LIFESTYLE* PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA

- Tunnazila, H., SM, A. E., & Octaviani, V. (2024). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Gaya OOTD Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Dehasen Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 11(1), 375-380.
- We Are Social (2024), *Digital 2024: Global Overview Report–The Essential Guide To The World’s Connected Behaviours*.
- Widiawati, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Financial Self-Efficacy, dan Love of Money terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 97-108.