

**Pengaruh Media Sosial *Tiktokshop*, Penggunaan *E-money* Dan *Self Control*
Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus
Mahasiswa Akuntansi Pada Pts Di Lamongan)**

Oleh :

Lailatus Saniyah

**Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul
‘Ulum Lamongan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari Media Sosial *Tiktokshop*, Penggunaan *E-money* Dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi pada PTS di Lamongan. Metode yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa akuntansi di beberapa PTS di Lamongan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial *Tiktokshop* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur promosi dan interaksi di *Tiktokshop* mampu mendorong perilaku belanja impulsif. Penggunaan *E-money* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana kemudahan dan kecepatan transaksi mendorong frekuensi pembelian yang lebih tinggi. Sementara itu, *Self Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang mengindikasikan bahwa kemampuan pengendalian diri belum cukup kuat dalam menekan dorongan konsumtif mahasiswa. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini memberikan implikasi penting bagi mahasiswa, institusi pendidikan, dan masyarakat dalam mengelola pola konsumsi yang sehat di era digital.

Kata Kunci: *Tiktokshop*, *E-money*, *Self Control*, perilaku konsumtif, mahasiswa akuntansi.