



Pengaruh *Mental Accounting* dan *Present Bias* terhadap Perilaku Pengeluaran Konsumtif pada Mahasiswa dengan Pendapatan Rutin

Ni Kadek Denia Astari Putri^{1*}, Komang Widhya Sedana Putra P²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

Email: nikadekdeniaastari@gmail.com¹, widhyasedana@undiknas.ac.id²

*Penulis Korespondensi: nikadekdeniaastari@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the partial and simultaneous effects of mental accounting and present bias on consumptive spending behavior among students with regular income in Denpasar City. The population in this study consisted of all university students in Denpasar City who have regular income from allowances, scholarships, or part-time jobs to fulfill their daily needs and consumption. The analysis process was carried out using a quantitative approach to the collected data. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The sample size was determined by multiplying the number of indicators by 10 (15×10), resulting in 150 respondents. The collected data were processed using SPSS 27.0 software. The data analysis techniques used were validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, t-test, and F-test. The results of the study indicate that mental accounting has a positive and significant effect on consumptive spending behavior among students in Denpasar City. Present bias also has a positive and significant effect on consumptive spending behavior among students in Denpasar City. Simultaneously, mental accounting and present bias have a positive and significant effect on consumptive spending behavior among students in Denpasar City. Therefore, students are advised to be more rational in making financial decisions by considering needs and long-term benefits and avoiding spending solely for social recognition.*

Keywords: *Consumer Spending Behavior; Mental Accounting; Present Bias; Regular Income; Students.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Mental Accounting* dan *Present Bias* secara parsial dan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa dengan pendapatan rutin di kota Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa perguruan tinggi di kota Denpasar yang memiliki pendapatan rutin dari uang saku, beasiswa, maupun pekerjaan paruh waktu untuk memenuhi kebutuhan dan konsumsi sehari-hari. Proses analisis dilakukan dengan pendekatan kuantitatif terhadap data yang telah diperoleh. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel ditentukan dengan perhitungan jumlah indikator dikali 10 (15×10) sehingga diperoleh sebanyak 150 responden. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan software SPSS 27.0. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Mental Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. *Present Bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. *Mental Accounting* dan *Present Bias* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. Sehingga mahasiswa disarankan untuk lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat jangka panjang serta tidak melakukan pengeluaran hanya demi pengakuan sosial.

Kata Kunci: Mahasiswa; Mental Accounting; Pendapatan Rutin; Perilaku Pengeluaran Konsumtif; Present Bias.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara berkembang mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup dinamis, ditandai dengan meningkatnya pendapatan masyarakat dan kemudahan akses terhadap berbagai produk serta layanan digital (Majiding, 2025). Perkembangan teknologi finansial, kemudahan pembayaran non-tunai, serta maraknya promosi melalui media sosial

mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, termasuk generasi muda (Kristalinawati et al., 2025).

Di Kota Denpasar sebagai pusat pemerintahan dan pendidikan di Provinsi Bali, jumlah mahasiswa terus meningkat seiring berkembangnya perguruan tinggi dan aktivitas ekonomi. Denpasar dikenal dengan gaya hidup urban, pusat perbelanjaan modern, kafe, serta destinasi hiburan yang mudah diakses oleh mahasiswa (Rumbik et al., 2024). Kondisi tersebut mendorong mahasiswa yang memiliki pendapatan rutin untuk lebih sering melakukan pengeluaran konsumtif guna mengikuti gaya hidup dan tren sosial. Perilaku ini menjadi menarik untuk dikaji karena meskipun memiliki pemasukan tetap setiap bulan, tidak sedikit mahasiswa yang tetap mengalami kesulitan mengelola keuangan. Pengaruh *mental accounting* dan *present bias* diduga berperan dalam membentuk keputusan pengeluaran yang kurang rasional (Ferrary et al., 2024).

Fenomena perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa dengan pendapatan rutin terlihat dari kecenderungan membelanjakan uang lebih banyak untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan utama, sehingga prioritas keuangan sering kali terabaikan. Pendapatan yang diterima secara tetap setiap bulan justru mendorong pembelian impulsif tanpa pertimbangan matang. Banyak mahasiswa tidak menyusun anggaran yang jelas sehingga pengeluaran untuk barang non-esensial lebih dominan daripada tabungan atau investasi. Selain itu, dorongan untuk menjaga citra diri dan mengikuti gaya hidup teman sebaya semakin memperkuat kebiasaan belanja berlebihan.

Fenomena tersebut diperkuat oleh penelitian terdahulu. Prasetya et al. (2025) menemukan bahwa mahasiswa dengan pemasukan tetap lebih rentan melakukan pembelian berdasarkan keinginan. Kusumawati et al. (2025) menyatakan bahwa pembelian impulsif meningkat seiring kemudahan akses pembayaran digital dan promosi media sosial. Manzala & Susilowati, (2025) mengungkapkan bahwa rendahnya perencanaan keuangan menjadi faktor utama tingginya pengeluaran non-esensial, sedangkan Yusuf dan Asri (2026) menjelaskan bahwa dorongan menjaga gengsi dan status sosial turut memperbesar kecenderungan konsumtif.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa perilaku pengeluaran konsumtif dipengaruhi oleh *mental accounting* dan *present bias*. Juanda et al. (2025) menunjukkan bahwa rendahnya *mental accounting* menyebabkan individu kurang mampu mengelompokkan dan merencanakan penggunaan uang sehingga pengeluaran cenderung tidak terkontrol. Mufidah et al. (2023) menemukan bahwa *present bias* mendorong individu lebih mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan manfaat jangka panjang, sedangkan Selviana & Zulkarnain, (2025)

menegaskan bahwa kombinasi lemahnya pengendalian keuangan secara mental dan kuatnya preferensi terhadap imbalan cepat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Research gap pada penelitian ini terletak pada belum banyaknya kajian yang secara simultan menganalisis pengaruh *mental accounting* dan *present bias* terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa yang memiliki pendapatan rutin. Selain itu, penelitian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa umumnya tidak secara spesifik membedakan responden berdasarkan kepemilikan pendapatan rutin, serta kajian empiris yang mengambil lokasi pada mahasiswa di Denpasar masih terbatas.

Berdasarkan fenomena tingginya perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa dengan pendapatan rutin serta adanya celah penelitian tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh *mental accounting* dan *present bias* terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa dengan pendapatan rutin guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pengeluaran mahasiswa.

2. KAJIAN TEORITIS

Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior – TPB*)

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) untuk melakukan perilaku tersebut (Pasek & Widiastina, 2025). Niat dipandang sebagai faktor utama yang mendorong seseorang bertindak karena mencerminkan kesiapan dan kemauan individu. Semakin kuat niat seseorang, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut benar-benar dilakukan. Niat ini terbentuk melalui proses penilaian rasional terhadap suatu tindakan. Oleh karena itu, TPB menempatkan niat sebagai penghubung antara faktor psikologis dan perilaku nyata (Akmal et al., 2026).

Perilaku Keuangan

Teori Perilaku Keuangan atau *behavioral finance* merupakan cabang ilmu yang menggabungkan prinsip ekonomi dan psikologi untuk memahami bagaimana individu membuat keputusan keuangan. Teori ini muncul karena adanya keterbatasan pada teori keuangan tradisional yang menganggap manusia selalu rasional (Hudi et al, 2025). Pada kenyataannya, banyak keputusan keuangan dipengaruhi oleh emosi, persepsi, dan bias kognitif. Oleh karena itu, teori ini berusaha menjelaskan mengapa investor sering bertindak tidak rasional, seperti menjual saham saat panik atau membeli aset hanya karena tren (Ariria & Ulfatun, 2025).

Mental Accounting

Mental Accounting merupakan konsep yang pertama kali dikemukakan oleh Yusuf & Asri, (2026) yang menjelaskan bahwa individu cenderung mengelompokkan, mencatat, dan mengevaluasi uang ke dalam kategori-kategori tertentu dalam pikirannya, sehingga keputusan keuangan sering kali dipengaruhi oleh cara uang tersebut diberi label. Menurut Mufidah et al. (2023), *Mental Accounting* adalah proses kognitif yang menyebabkan individu memperlakukan uang secara berbeda meskipun memiliki nilai yang sama, tergantung pada sumber, tujuan, atau penggunaannya.

Present Bias

Present Bias merupakan kecenderungan individu untuk lebih mengutamakan kepuasan yang diterima saat ini dibandingkan manfaat yang diperoleh di masa depan, meskipun manfaat jangka panjang tersebut lebih besar, sebagaimana dijelaskan oleh Panggabean et al. (2025) yang menyatakan bahwa individu sering mendiskon nilai masa depan secara berlebihan. Ariria & Ulfatun, (2025) menjelaskan *Present Bias* sebagai perilaku inkonsisten antar waktu, yaitu ketika seseorang membuat rencana rasional untuk masa depan tetapi gagal merealisasikannya karena godaan manfaat langsung.

Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Perilaku pengeluaran konsumtif dipahami sebagai kecenderungan individu dalam membelanjakan pendapatan lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, sebagaimana dijelaskan oleh Majiding (2025) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi sering dipengaruhi oleh faktor psikologis dan gaya hidup. Menurut Bagaskara et al. (2025), perilaku pengeluaran konsumtif menunjukkan pola pembelian yang berlebihan dan kurang mempertimbangkan manfaat jangka panjang, sehingga keputusan belanja lebih bersifat emosional.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang dilaksanakan di Kota Denpasar pada tahun 2026 dengan objek mahasiswa perguruan tinggi yang memiliki pendapatan rutin. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa yang memiliki pendapatan rutin dari uang saku, beasiswa, atau pekerjaan paruh waktu (*infinite population*), sedangkan sampel berjumlah 150 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa aktif, memiliki pendapatan rutin minimal tiga bulan, melakukan pengeluaran pribadi secara mandiri, dan bersedia menjadi responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan variabel *mental accounting*,

present bias, dan perilaku pengeluaran konsumtif, didukung dengan observasi dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis melalui uji koefisien determinasi (R^2), uji t , dan uji F .

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskripsi Data Variabel

Variabel Mental Accounting (X1)

Tabel 1. Deskripsi Variabel *Mental Accounting*.

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
01	Saya membagi uang saya ke dalam kategori tertentu seperti makan, transportasi, dan hiburan.	0	9	69	68	4	517	3,45	Setuju
02	Saya mengalokasikan uang untuk tujuan tertentu sebelum menggunakannya.	0	10	75	61	4	509	3,39	Netral
03	Saya selalu merencanakan pengeluaran sebelum menggunakan uang yang saya miliki.	0	13	73	57	7	508	3,39	Netral
04	Saya mempertimbangkan untung dan rugi sebelum melakukan pembelian.	0	10	83	53	4	501	3,34	Netral
05	Saya menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan.	0	13	82	54	1	493	3,29	Netral
Rata-Rata								3,37	Netral

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah).

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,37 yang termasuk dalam kategori netral. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di kota Denpasar memiliki kecenderungan yang cukup dalam menerapkan *Mental Accounting*, namun belum sepenuhnya konsisten dalam mengelola dan mengendalikan penggunaan keuangan pribadi. Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya membagi uang saya ke dalam kategori tertentu seperti makan, transportasi, dan hiburan” dengan nilai rata-rata sebesar 3,45 yang termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan” dengan nilai rata-rata sebesar 3,29 yang termasuk dalam kategori netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih belum sepenuhnya mampu mengendalikan diri dalam melakukan pembelian terhadap barang yang tidak sesuai kebutuhan sehingga kecenderungan perilaku konsumtif masih dapat terjadi.

Deskripsi Data Variabel Present Bias (X2)

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel *Present Bias*.

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
01	Saya lebih memilih menikmati uang sekarang daripada menyimpannya untuk masa depan.	0	9	65	73	3	520	3,47	Setuju
02	Saya sering membeli barang tanpa pertimbangan yang matang.	0	12	67	70	1	510	3,40	Netral
03	Saya sering tidak konsisten dengan rencana keuangan yang sudah dibuat.	0	8	69	71	2	517	3,45	Setuju
04	Saya lebih memilih keuntungan kecil saat ini dibanding keuntungan lebih besar di masa depan.	0	15	73	59	3	500	3,33	Netral
05	Saya kurang mempertimbangkan dampak keuangan jangka panjang saat berbelanja.	0	9	74	65	2	510	3,40	Netral
Rata-Rata								3,41	Netral

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah).

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,41 yang termasuk dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di kota Denpasar cenderung memiliki perilaku yang lebih mengutamakan kepuasan dan manfaat jangka pendek dibandingkan pertimbangan keuangan jangka panjang. Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya lebih memilih menikmati uang sekarang daripada menyimpannya untuk masa depan” dengan nilai rata-rata sebesar 3,47 yang termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya lebih memilih keuntungan kecil saat ini dibanding keuntungan lebih besar di masa depan” dengan nilai rata-rata sebesar 3,33 yang termasuk dalam kategori netral. Hal ini menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya memiliki kecenderungan kuat untuk mengutamakan keuntungan jangka pendek dibandingkan manfaat yang lebih besar di masa depan.

Deskripsi Data Variabel Perilaku Pengeluaran Konsumtif (Y)

Tabel 3. Deskripsi Data Variabel Perilaku Pengeluaran Konsumtif.

No	Pernyataan	Jumlah Jawaban					Jumlah Skor	Rata-Rata	Kategori
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5			
01	Saya sering membeli barang hanya karena keinginan, bukan kebutuhan.	0	14	52	67	17	537	3,58	Setuju
02	Saya sering melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan.	0	12	62	62	14	528	3,52	Setuju
03	Saya jarang membuat perencanaan dalam mengelola pengeluaran saya.	0	15	63	60	12	519	3,46	Setuju
04	Saya membeli barang untuk meningkatkan citra diri di mata orang lain.	0	18	58	62	12	518	3,45	Setuju

05	Saya sering mengeluarkan uang untuk hal yang tidak penting.	0	14	68	50	18	522	3,48	Setuju
Rata-Rata								3,50	Setuju

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah).

Berdasarkan Tabel 3 terkait hasil analisis deskriptif variabel perilaku pengeluaran konsumtif, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,50 yang termasuk dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di kota Denpasar cenderung memiliki perilaku pengeluaran konsumtif dalam penggunaan keuangan sehari-hari. Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya sering membeli barang hanya karena keinginan, bukan kebutuhan” dengan nilai rata-rata sebesar 3,58 yang termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, pernyataan dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya membeli barang untuk meningkatkan citra diri di mata orang lain” dengan nilai rata-rata sebesar 3,45 yang termasuk dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki perilaku konsumtif, dorongan untuk membeli barang demi meningkatkan citra diri bukan merupakan faktor utama dalam melakukan pengeluaran konsumtif.

Hasil Analisis Data

Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen Penelitian.

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Ket.
<i>Mental Accounting</i> (X1)	X1.1	0,700	0,1603	Valid
	X1.2	0,645	0,1603	Valid
	X1.3	0,742	0,1603	Valid
	X1.4	0,593	0,1603	Valid
	X1.5	0,534	0,1603	Valid
<i>Present Bias</i> (X2)	X2.1	0,632	0,1603	Valid
	X2.2	0,674	0,1603	Valid
	X2.3	0,671	0,1603	Valid
	X2.4	0,765	0,1603	Valid
	X2.5	0,672	0,1603	Valid
Perilaku Pengeluaran Konsumtif (Y)	Y.1	0,791	0,1603	Valid
	Y.2	0,756	0,1603	Valid
	Y.3	0,749	0,1603	Valid
	Y.4	0,801	0,1603	Valid
	Y.5	0,733	0,1603	Valid

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah).

Uji validitas pada Tabel 4 mengungkapkan bahwa seluruh pernyataan dari indikator setiap variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki koefisien korelasi lebih besar dari r tabel (0,1603), sehingga seluruh indikator variabel dinyatakan valid. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner mampu dipahami dengan jelas oleh responden dan mencerminkan kondisi objektif.

b. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Tabel 5. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.

Variabel	Koefisien Alpha	Cronbach's Nilai kritis	Keterangan
Mental Accounting (X_1)	0,750	0,70	Reliabel
Present Bias (X_2)	0,715	0,70	Reliabel
Perilaku Pengeluaran Konsumtif (Y)	0,824	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2026 (diolah).

Pada Tabel 5, mengenai hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai kritis sebesar 0,70 sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel. Variabel *Mental Accounting* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,750, variabel *Present Bias* sebesar 0,715, dan variabel perilaku pengeluaran konsumtif sebesar 0,824. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas *One-sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.63646468	
Most Extreme Differences	Absolute	.068	
	Positive	.056	
	Negative	-.068	
Test Statistic		.068	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.083	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.085	
	99% Confidence Interval Lower Bound	.078	
	Upper Bound	.092	

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

Berdasarkan Tabel 6 tentang uji normalitas dengan *One-sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas, diketahui bahwa nilai *asymp. sig. (2-tailed)* sebesar 0,083 yang memiliki nilai lebih besar dari α (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	4.646	1.025		4.531
	Mental Accounting	-.054	.043	-.103	-1.243
	Present Bias	-.087	.051	-.141	-1.710

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 7 yang menggunakan uji Glejser, diketahui bahwa variabel *Mental Accounting* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,216 dan variabel *Present Bias* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,089. Nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi penelitian. Dengan demikian, model regresi memiliki varians residual yang konstan sehingga layak digunakan untuk melakukan pengujian lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Mental Accounting</i>	.961	1.040
<i>Present Bias</i>	.961	1.040

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* masing-masing memiliki nilai tolerance sebesar 0,961 dan nilai VIF sebesar 1,040. Nilai tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian. Dengan demikian, variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* dapat digunakan dalam model regresi karena tidak memiliki hubungan yang tinggi satu sama lain sehingga model penelitian dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Analisis Data

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.187	2.026		1.573	.118
<i>Mental Accounting</i>	.245	.086	.207	2.862	.005
<i>Present Bias</i>	.598	.101	.428	5.920	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

Berdasarkan pada data hasil regresi yang ditunjukkan Tabel 9 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots\dots\dots(i)$$

$$Y = 3,187+ 0,245X_1 + 0,598X_2 \dots\dots\dots(ii)$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diartikan bahwa:

- a. Konstanta sebesar 3,187. Nilai konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* dianggap bernilai nol, maka nilai perilaku pengeluaran konsumtif sebesar 3,187. Nilai ini menggambarkan tingkat dasar perilaku pengeluaran konsumtif sebelum dipengaruhi oleh variabel independen.
- b. Koefisien regresi *Mental Accounting* sebesar 0,245
 Nilai koefisien regresi sebesar 0,245 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *Mental Accounting*, maka perilaku pengeluaran konsumtif akan meningkat sebesar 0,245 satuan dengan asumsi variabel *Present Bias* tetap. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa *Mental Accounting* memiliki hubungan searah terhadap perilaku pengeluaran konsumtif.
- c. Koefisien regresi *Present Bias* sebesar 0,598
 Nilai koefisien regresi sebesar 0,598 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *Present Bias*, maka perilaku pengeluaran konsumtif akan meningkat sebesar 0,598 satuan dengan asumsi variabel *Mental Accounting* tetap. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa *Present Bias* memiliki hubungan searah terhadap perilaku pengeluaran konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R Square*).

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.511 ^a	.261	.251	2.65434

a. Predictors: (Constant), *Present Bias*, *Mental Accounting*

b. Dependent Variable: Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,261 atau 26,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* mampu menjelaskan variabel perilaku pengeluaran konsumtif sebesar 26,1%, sedangkan sisanya sebesar 73,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi sebesar 26,1% menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku pengeluaran konsumtif. Hal ini dapat terjadi karena perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh *Mental Accounting* dan *Present Bias*, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain.

*Uji t***Tabel 11.** Output SPSS Uji t.

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.187	2.026		1.573	.118
	<i>Mental Accounting</i>	.245	.086	.207	2.862	.005
	<i>Present Bias</i>	.598	.101	.428	5.920	.000

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

a. Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, variabel *Mental Accounting* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,245 dengan nilai t hitung sebesar 2,862 dan nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa *Mental Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *Mental Accounting* yang dimiliki mahasiswa, maka perilaku pengeluaran konsumtif juga cenderung meningkat.

b. Pengaruh *Present Bias* terhadap Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, variabel *Present Bias* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,598 dengan nilai t hitung sebesar 5,920 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa *Present Bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *Present Bias* yang dimiliki mahasiswa, maka perilaku pengeluaran konsumtif juga akan semakin meningkat..

*Uji F***Tabel 12.** Output SPSS Uji F.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365.802	2	182.901	25.960	.000 ^b
	Residual	1035.691	147	7.046		
	Total	1401.493	149			

a. Dependent Variable: Perilaku Pengeluaran Konsumtif

b. Predictors: (Constant), *Present Bias*, *Mental Accounting*

Sumber: Output SPSS 27.0, tahun 2026.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 25,960 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar.

Pembahasan

Pengaruh Mental Accounting terhadap Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di mana diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi variabel *Mental Accounting* adalah sebesar $0,005 < \alpha = 0,05$, maka hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Mental Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan *Mental Accounting* pada mahasiswa, maka perilaku pengeluaran konsumtif juga cenderung meningkat. Kondisi tersebut dapat terjadi karena mahasiswa melakukan pengelompokan dan pengalokasian uang ke dalam pos-pos tertentu, termasuk untuk kebutuhan hiburan, gaya hidup, dan konsumsi pribadi sehingga pengeluaran tetap dilakukan meskipun telah direncanakan sebelumnya

Mental Accounting merupakan konsep yang pertama kali dikemukakan oleh Yusuf & Asri, (2026) yang menjelaskan bahwa individu cenderung mengelompokkan, mencatat, dan mengevaluasi uang ke dalam kategori-kategori tertentu dalam pikirannya, sehingga keputusan keuangan sering kali dipengaruhi oleh cara uang tersebut diberi label. *Mental Accounting* merupakan kecenderungan individu untuk memisahkan uang mereka kedalam rekening terpisah berdasarkan pada berbagai kriteria subjektif, seperti sumber uang dan tujuan untuk setiap akun (Thaler & Shefrin, 1981). Pengelompokan uang tersebut menyebabkan individu memandang uang secara berbeda meskipun secara nilai ekonomi uang memiliki fungsi yang sama. *Mental Accounting* dapat menimbulkan bias perilaku ketika individual memperlakukan pendapatan tambahan sebagai "uang bebas" yang lebih mudah dihabiskan secara konsumtif, meskipun secara ekonomi nilai uang tersebut identik dengan pendapatan reguler (Istisqa & Sartika, 2025). Kondisi tersebut terjadi karena individu cenderung memberikan perlakuan yang berbeda terhadap uang berdasarkan sumber penerimaannya, sehingga pengambilan keputusan keuangan menjadi kurang rasional. Pendapatan tambahan seperti bonus, *cashback*, hadiah, maupun insentif sering kali tidak dimasukkan ke dalam perencanaan keuangan utama, melainkan dialokasikan untuk memenuhi keinginan konsumsi dan kesenangan sesaat. Akibatnya, individu menjadi lebih mudah melakukan pengeluaran yang bersifat impulsif dan kurang mempertimbangkan prioritas kebutuhan maupun kondisi keuangan jangka panjang. Dengan demikian, semakin tinggi kecenderungan individu dalam menerapkan *Mental Accounting*, maka semakin besar pula peluang munculnya perilaku pengeluaran konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pasek & Widiastina, (2025) yang menemukan bahwa *Mental Accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif.

Pengaruh *Present Bias* terhadap Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di mana diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi variabel *Present Bias* diperoleh sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Temuan ini membuktikan bahwa *Present Bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Present Bias* yang dimiliki mahasiswa, maka perilaku pengeluaran konsumtif juga akan semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena mahasiswa cenderung lebih mengutamakan kepuasan dan keinginan jangka pendek dibandingkan mempertimbangkan dampak keuangan jangka panjang. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih mudah melakukan pembelian impulsif dan pengeluaran yang bersifat konsumtif.

Prasetya et al. (2025) menyebut *Present Bias* sebagai pola preferensi waktu yang tidak stabil, di mana individu memberikan bobot lebih besar pada hasil yang segera diterima dibandingkan hasil yang tertunda. Dalam perspektif ekonomi perilaku, *Present Bias* menunjukkan bahwa individu cenderung lebih mengutamakan kepentingan jangka pendek dan kurang mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dalam proses pengambilan keputusan. *Present Bias* mendorong perilaku konsumtif jangka pendek dibandingkan orientasi menabung jangka panjang (Majidin, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa individu cenderung lebih mengutamakan kepuasan yang dapat diperoleh secara langsung dibandingkan manfaat yang akan diterima pada masa mendatang. Akibatnya, individu lebih terdorong untuk menggunakan pendapatan yang dimiliki guna memenuhi keinginan konsumsi saat ini daripada mengalokasikannya untuk tabungan maupun perencanaan keuangan jangka panjang. Dalam Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) untuk melakukan perilaku tersebut (Pasek & Widiastina, 2025). Dalam konteks *Present Bias*, individu memiliki sikap yang lebih positif terhadap konsumsi jangka pendek karena dianggap mampu memberikan kepuasan instan. Di sisi lain, rendahnya kemampuan pengendalian diri atau *perceived behavioral control* menyebabkan individu sulit menahan dorongan konsumsi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Prasetya et al. (2025) yang menemukan bahwa *Present Bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif.

Pengaruh *Mental Accounting* dan *Present Bias* terhadap Perilaku Pengeluaran Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di mana diperoleh hasil bahwa nilai F hitung sebesar 25,960 dengan signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$. Temuan ini membuktikan bahwa variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *mental accounting* dan *Present Bias* secara bersama-sama mampu memengaruhi perilaku pengeluaran konsumtif mahasiswa dalam menggunakan pendapatan rutin yang dimiliki. Semakin tinggi tingkat *Mental Accounting* dan *Present Bias* yang dimiliki mahasiswa, maka kecenderungan perilaku pengeluaran konsumtif juga akan semakin meningkat. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *mental accounting* dan *present bias* mampu menjelaskan variabel perilaku pengeluaran konsumtif sebesar 26,1%, sedangkan sisanya sebesar 73,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Mental Accounting* dan *Present Bias* memiliki kontribusi dalam menjelaskan perilaku pengeluaran konsumtif, namun kontribusinya masih tergolong terbatas. Nilai koefisien determinasi sebesar 26,1% mengindikasikan bahwa perilaku pengeluaran konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh *mental accounting* dan *present bias*, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar model penelitian.

Theory of Planned Behavior, menjelaskan bahwa niat dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ferrary et al., 2024). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan cenderung melakukan suatu perilaku apabila perilaku tersebut dipandang memberikan manfaat atau kepuasan, memperoleh dukungan dari lingkungan sosial, serta dianggap mudah untuk dilakukan atau dikendalikan oleh individu tersebut. Dalam konteks perilaku konsumsi, keputusan individu untuk melakukan pengeluaran tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan kecenderungan perilaku tertentu. *Mental Accounting* menggambarkan kecenderungan individu dalam mengelompokkan dan mengelola uang berdasarkan persepsi subjektif tertentu, seperti sumber pendapatan maupun tujuan penggunaannya. *Present Bias* menunjukkan kecenderungan individu untuk lebih mengutamakan kepuasan jangka pendek dibandingkan manfaat jangka panjang. Individu yang memiliki *Present Bias* tinggi cenderung lebih sulit menunda keinginan konsumsi karena lebih fokus pada manfaat emosional dan kepuasan instan yang diperoleh dari aktivitas konsumsi. Pengelompokan keuangan yang tidak disiplin ditambah dorongan konsumsi jangka pendek menciptakan pola belanja yang

berlebihan. Oleh karena itu, *Mental Accounting* dan *Present Bias* secara simultan diperkirakan memengaruhi perilaku pengeluaran konsumtif (Hudi et al., 2025).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pasek & Widiastina, (2025) serta Annisa & Indrarini, (2026) menunjukkan bahwa *Mental Accounting* dan *Present Bias* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *mental accounting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan *mental accounting* pada mahasiswa, maka perilaku pengeluaran konsumtif juga cenderung meningkat. Selain itu, *present bias* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih mengutamakan kepuasan jangka pendek cenderung memiliki perilaku pengeluaran konsumtif yang lebih tinggi. Selanjutnya, *mental accounting* dan *present bias* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengeluaran konsumtif pada mahasiswa di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi perilaku pengeluaran konsumtif mahasiswa dalam penggunaan pendapatan rutin yang dimiliki.

DAFTAR REFERENSI

- Akmal, M., S, N., Fadel, F., & Thanwain, T. (2026). Literasi keuangan sebagai mekanisme pengendalian *impulse spending* pada Generasi Z di Kota Makassar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 12986–12994. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5400>
- Annisa, Z. A., & Indrarini, R. (2026). Pengaruh *Islamic financial literacy*, *mental accounting*, dan *subjective norm* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa KIP Kuliah dengan *locus of control* sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 8(3), 24–47.
- Ariria, D. N., & Ulfatun, T. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif siswa. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 8(2), 61–71. <https://doi.org/10.37329/cetta.v8i2.4055>
- Bagaskara, K., Clyde, V., & Desi, A. V. (2025). Pengaruh *loss aversion bias* dan *mental accounting* terhadap *saving behavior*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 5(1), 214–225. <https://doi.org/10.47709/jebma.v5i1.5807>

- Ferrary, M., Ikhsan, S., Yunita, K., Dosinta, N. F., & Damayanti, F. (2024). *Mental accounting dan heuristik: Fenomenologi pada kolektor merchandise*. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(3), 190–198.
- Hudi, M., Amtiran, P., Faah, Y., & de Rozari, P. (2025). Analisis penggunaan aplikasi dompet digital terhadap *mental accounting* pengelolaan keuangan pribadi (Studi kasus Generasi Z Kota Kupang). *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(6), 2339–2348. <https://doi.org/10.70581/glory.v6i6.23727>
- Istisqa, F., & Sartika, N. (2025). Pengaruh *mental accounting* dan *financial behavior* terhadap *financial satisfaction*. *SIBATIK Journal*, 5(1), 359–384. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>
- Juanda, D. P., Noviriani, E., & Roshani, R. (2025). Peran edukasi digital dalam menekan budaya konsumtif *fast fashion*: Studi kasus akun TikTok Dino Augusto. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(2), 508–515. <https://doi.org/10.53494/jira.v11i2.916>
- Kristalinawati, G., Sari, N. K., & Ilmi, M. (2025). Penerapan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif dan *self-control* mahasiswa penerima beasiswa. *JAKUMA: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, 6(1), 206–213. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v6i1.1572>
- Kusumawati, R., Sujarwo, S., & Safitri, D. (2025). Dinamika gaya hidup konsumtif dalam fenomena *pinjol* pada masyarakat kota. *SOSIAL: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 3(2), 87–93. <https://doi.org/10.62383/sosial.v3i2.741>
- Majiding, N. C. (2025). Gaya hidup digital dan keputusan keuangan: Tinjauan sistematis terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(7), 1072–1082. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i6.635>
- Manzala, A., & Susilowati, E. (2025). *Financial self-efficacy* memediasi *mental accounting* dan literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 140–157. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v10i2.12577>
- Mufidah, A., Sari, N. K., Awaliyah, I. N., & Nurhayati, N. (2023). Dampak perilaku *bias* terhadap pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 17(2), 196–211. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i2.1542>
- Panggabean, S., Rafiqi, R., & Roihan, M. (2025). Pengaruh *live streaming*, *flash sale*, dan *big sale* Shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dalam perspektif ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 7(1), 320–337. <https://doi.org/10.35896/jse.v7i1.1108>
- Pasek, G. W., & Widiastina, G. (2025). Pengaruh *mental accounting* dan *present bias* terhadap perilaku konsumsi pelaku UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 15(1), 158–164.
- Prasetya, D. I., Wijayanti, S. K., & Akhmadiansyah, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan perilaku konsumtif melalui pengelolaan keuangan terhadap keputusan investasi pada Generasi Milenial di Kota Tangerang. *Jurnal GeoEkonomi*, 16(1), 118–128. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v16i1.574>
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak perilaku konsumtif Generasi Z dalam penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan berdasarkan *mental accounting*: Sebuah studi fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n2.p163-171>

- Selviana, N., & Zulkarnain, Z. (2025). Studi perilaku kredit berisiko mahasiswa dalam penggunaan layanan *paylater*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 4(4), 258–272. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v4i4.7437>
- Yusuf, N. Y., & Asri, W. N. (2026). Konvergensi *mental accounting* dan *self-control* terhadap perilaku *debt-paradox* mahasiswa akuntansi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 14057–14063. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5496>