

RINGKASAN

Perkembangan teknologi digital meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa Gen Z, salah satunya fenomena rojali atau *showrooming behavior* yaitu melihat produk di toko fisik namun membeli secara online. Selain rojali selain perilaku rojali, literasi keuangan dan perilaku konsumtif juga di duga dapat mempengaruhi perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fenomena rojali, literasi keuangan dan perilaku konsumtif terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto ke arah pembelian *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan menggunakan 108 responden dari jumlah populasi sebanyak 1,543 mahasiswa yang dipilih menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara primer melalui metode kuesioner skala likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 25.

Hasil analisis dan pembahasan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel fenomena rojali, literasi keuangan dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online, secara simultan fenomena rojali, literasi keuangan dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi mahasiswa ke arah pembelian online. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana mahasiswa agar meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan serta lebih bijaksana dalam memanfaatkan layanan transaksi digital

Kata kunci: fenomena rojali, literasi keuangan, perilaku konsumtif, perubahan pola konsumsi, pembelian online.

SUMMARY

The development of digital technology has increased the consumption behavior of Gen Z students, one of which is the phenomenon of "rojali," or showrooming, where people view products in physical stores but then purchase them online. In addition to "rojali," financial literacy and consumer behavior are also suspected of influencing the shift in student consumption patterns toward online purchases. This study aims to determine the influence of the "rojali" phenomenon, financial literacy, and consumer behavior on the shift in consumption patterns of students at Nahdlatul Ulama University in Purwokerto toward online purchases.

This study used an associative quantitative approach, involving 108 respondents from a total population of 1,543 students selected using simple random sampling. Data collection was conducted primarily through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25.

The analysis and discussion of this study indicate that the variables partially influence the Rojali phenomenon, financial literacy, and consumer behavior toward online purchasing. Simultaneously, the Rojali phenomenon, financial literacy, and consumer behavior toward online purchasing significantly influence the shift in student consumption patterns. The results of this study are expected to provide students with a means to improve their financial management skills and become more judicious in utilizing digital transaction services.

Keywords: *consumer behavior, changes in consumption patterns, financial literacy, online purchasing, Rojali phenomenon.*