

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN GAYA HIDUP DIGITAL TERHADAP
KINERJA PENJUALAN *ONLINE* (STUDY PADA MAHASISWA
AKUNTANSI ANGKATAN 2022 UNIVERSITAS TRIBHUWANA
TUNGGADEWI MALANG)**

Maria A Seda ¹⁾, Poppy Indrihastuti ²⁾, Sri Indah ³⁾

Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi

Malang 2026

Email: asryliaseda@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola transaksi menjadi berbasis *online* serta membuka peluang bagi mahasiswa untuk menjalankan usaha digital. Namun, masih terdapat mahasiswa yang belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan *e-commerce* dan gaya hidup digital secara maksimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi angkatan 2022, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan kusioner. Data yang diperoleh di analisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan *online*. Gaya hidup digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan *online*. Secara simultan, *e-commerce* dan gaya hidup digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan *online* mahasiswa. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara optimal dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung keberhasilan penjualan *online* mahasiswa.

Kata kunci: *e-commerce*, gaya hidup digital, kinerja penjualan *online*

**THE INFLUENCE OF E-COMMERCE AND DIGITAL LIFESTYLE ON
ONLINE SALES PERFORMANCE (A STUDY OF ACCOUNTING
STUDENTS OF THE 2022 COHORT AT TRIBHUWANA TUNGGADEWI
UNIVERSITY MALANG)**

Maria A Seda ¹, Poppy Indrihastuti ²), Sri Indah ³)

Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi

Malang 2026

Email: asryliaseda@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed transaction patterns into online-based activities and created opportunities for students to engage in digital entrepreneurship. However, there are still students who have not been able to optimize the use of e-commerce and digital lifestyles effectively. This study employed a quantitative approach with an associative research method. The population consisted of Accounting students from the Class of 2022, and data were collected using a questionnaire as the sampling instrument. The data were analyzed using multiple linear regression analysis through data quality tests, classical assumption tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that e-commerce has a positive and significant effect on online sales performance. Digital lifestyle also has a positive and significant effect on online sales performance. Simultaneously, e-commerce and digital lifestyle have a significant influence on students' online sales performance. These findings suggest that the ability to optimally utilize digital technology can enhance marketing effectiveness, expand market reach, and support the success of students' online sales activities.

Keywords: e-commerce, digital lifestyle, online sales performance