

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN
PENGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH SUMATERA UTARA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar sarjana

Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

Nama : RAFFI USNADI
NPM : 2205160558
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KOSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2026



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Sabtu, tanggal 18 April 2026, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : RAFFI USNADI
N P M : 2205160558
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul T. Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN
PENGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Assoc. Prof. Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si ARIF PRATAMA MARPAUNG, S.E., M.M

Pembimbing Tugas Akhir

DOBY FIRMAN, S.E., M.M

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. RADIMAN, S.E., M.Si

Assoc. Prof. Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh:

**Nama : RAFFI USNADI
NPM : 2205160558
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN
PENGUNAAN *E - MONEY* TERHADAP PERILAKU
KONSUNTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan Tugas Akhir.

Medan, April 2026

Pembimbing Tugas Akhir


Dody Firman, SE., M.M

Diketahui/Disetujui

Oleh:

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Agus Sani, S.E., M.Sc

Dekan


Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Radiman, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6624567 Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : RAFFI USNADI
NPM : 2205160558
Nama Dosen Pembimbing : Dody Firman, SE., M.M
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan E – Money Terhadap Perilaku Konsuntif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1			
Bab 2			
Bab 3			
Bab 4	- Karakteristik Responden - Uji Hipotesis - Pembahasan - Kesimpulan - Saran	Perbaiki! 07/04/2026	/
Bab 5	- Kesimpulan - Saran	09/04/2026	/
Daftar Pustaka	- Mendeleef - Prioritas: artikel/jurnal dosen internal - Lanjutan: - Abstrak & Daftar Isi	09/04/2026	/
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace Ujian Tugas Akhir	14/04/2026	/

Medan, April 2026

Diketahui oleh :
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing

Dody Firman, SE., M.M



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6624567 Kode Pos 20238

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raffi Usnadi
NPM : 2205160558
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan ini menyatakan bawah Tugas Akhir saya yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan E – Money Terhadap Perilaku Konsuntif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”** adalah bersifat asli (original), bukan hasil plagiat karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



RAFFI USNADI

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN PENGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMADIYAH SUMATERA UTARA

Raffi Usnadi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238

Email: raffiusradi23.rfnadi23@gmail.com

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya perilaku konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh perkembangan gaya hidup modern, rendahnya pemahaman dalam pengelolaan keuangan, serta kemudahan transaksi melalui penggunaan e-money. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian berdasarkan keinginan dibandingkan kebutuhan, sehingga berpotensi menimbulkan permasalahan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS melalui beberapa tahapan, yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis yang meliputi uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup dan penggunaan e-money berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman keuangan serta pengendalian gaya hidup dan penggunaan teknologi keuangan sangat penting dalam mengurangi perilaku konsumtif.

Kata kunci: literasi keuangan, gaya hidup, e-money, perilaku konsumtif, mahasiswa

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE, AND E-MONEY USAGE ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS AT THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Raffi Usnadi

Management Study Program

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238

Email: raffiusradi23.rfnadi23@gmail.com

This study is motivated by the high level of consumptive behavior among students, influenced by the development of modern lifestyles, low understanding of financial management, and the ease of transactions through the use of e-money. Students tend to make purchases based on desires rather than needs, which can potentially lead to problems in personal financial management. The purpose of this study is to analyze the influence of financial literacy, lifestyle, and e-money usage on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, both partially and simultaneously. The type of research used is quantitative research with an associative approach. Data collection techniques were carried out through the distribution of questionnaires. The sampling technique used the Slovin formula with a purposive sampling method. Data analysis techniques were conducted using the SPSS application through several stages, namely classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing which includes partial tests, simultaneous tests, and coefficient of determination tests. The results of the study indicate that financial literacy has a negative effect on consumptive behavior, while lifestyle and e-money usage have a positive effect on consumptive behavior. Simultaneously, financial literacy, lifestyle, and e-money usage have a significant effect on students' consumptive behavior. These findings indicate that improving financial understanding as well as controlling lifestyle and the use of financial technology are very important in reducing consumptive behavior.

Keywords: financial literacy, lifestyle, e-money, consumptive behavior, student

KATA PENGATAR



Assalammualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Selanjutnya tidak lupa pula peneliti mengucapkan Shalawat dan Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penelitian ini merupakan kewajiban bagi peneliti guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul peneliti yaitu: **“Pengaruh Literasi keuangan, Gaya Hidup, Dan Penggunaan *E – Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ”**

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak

terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu, memotivasi, membimbing, dan mengarahkan selama penyusunan tugas akhir. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, kesabaran, serta keteguhan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas penelitian ini dengan baik tanpa melalai kan perintah-NYA
2. Teruntuk kedua orang tua saya ayah Dahlius Nadi dan ibok Santi Hayuni, yang selalu memberikan, semangat, kasih sayang,materi, serta doa yang tiada henti yang senantiasa mengiringi semua langkah perjalanan saya dalam perkuliahan ini. Semoga Ayah dan Ibok diberikan kesehatan, umur yang panjang dan kelimpahan rezeki.
3. Bapak Prof. Dr. Akrim, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kota Medan.
4. Bapak Dr. Radiman, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Hasrudy Tanjung, SE., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Kota Medan.
6. Bapak Muhammad Shareza Hafiz S.E., M.Acc selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Ekonomi Muhammadiyah Kota Medan.
7. Bapak Agus Sani, S.E., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Dody Firman,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, dan saran, kepada penulis. Segala ilmu, masukan, dan nasihat yang diberikan menjadi bekal yang sangat berharga bagi penulis.
10. Ibu Assoc. Prof. Dr. Julita, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyempurnaan penelitian ini.
11. Bapak Willy Yusnandar S.E M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa memberi masukan dan dukungan selama masa perkuliahan.
12. Terima kasih yang mendalam kepada seluruh sivitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga, serta kepada seluruh staf Fakultas Ekonomi yang telah bersedia membantu selama masa studi dan penyusunan tugas akhir ini. Semoga segala bantuan ini menjadi berkah bagi kita semua.
13. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi
14. Kepada adik saya, Marsha alindi Usnadi dan Sandewo Usnadi, yang selalu memberikan doa dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Serta canda tawa dan kehangatan yang tidak dapat dinilai dengan apapun.
15. Kepada Kuceng Gemas, makasih selalu ada dan sudah bertahan sampai sekarang. Kehadiran kalian adalah salah satu hal yang paling beruntung serta memberikan warna baru tersendiri yang saya dapatkan di perkuliahan ini.

16. Kepada Secret Society, yang tiada hentinya memberikan dukungan dan membantu penulis dari awal perkuliahan hingga akhir. terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui, semoga kita semua bisa menjadi orang yang sukses.

17. Kepada Keluarga Ikatan Merah PK IMM FEB UMSU, terimakasih sudah memberikan begitu banyak pembelajaran dan perjalanan baru di kehidupan perkuliahan ini.

18. Dan kepada diri penulis sendiri, atas keteguhan hati dan usaha yang terus dilakukan meskipun beberapa hal tidak berjalan sesuai rencana. Semoga langkah yang telah ditempuh ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik dan membawa penulis menuju masa depan yang cerah.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih semoga tugas akhir ini dapat penulis lanjutkan dalam penelitian dan akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir yang menjadi salah satu syarat penulis menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Wassalammualaikum, Wr. Wb

Medan, April 2026
Penulis

Raffi Usnadi
NPM:2205160558

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	15
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.4. Rumusan Masalah	16
1.5. Tujuan Penelitian	17
1.6. Manfaat Penelitian	17
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1. Perilaku Konsumtif	21
2.1.2. Literasi Keuangan	26
2.1.3. Gaya Hidup.....	30
2.1.4. Penggunaan E- Money	34
2.2. Kerangka Konseptual.....	38
2.3. Hipotesis	43
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional.....	44
3.3 Tempat.....	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisa Data	53
BAB 4 Hasil Penelitian	58
4.1. Hasil Penelitian	58
4.2. Pembahasan.....	78

BAB 5 Penutup	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86
5.3. Keterbatasan Penelitian	87
DAFTAR PUSAKA.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kusioner Pra Survey Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	3
Tabel 1. 2 Kusioner Pra Survey Literasi Keuangan Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	6
Tabel 1. 3 Kusioner Pra Survey Gaya Hidup Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	8
Tabel 1. 4 Kusioner Pra Survey Penggunaan E – Money Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis	12
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	44
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian	46
Tabel 3. 4 Jumlah Populasi	47
Tabel 3. 5 Skala Likert	49
Tabel 3. 6 Uji Validitas Instrumen Variabel	51
Tabel 3. 7 Uji Realibilitas	52
Tabel 4. 1 Responden.....	58
Tabel 4. 2 Responden Jenis kelamin.....	59
Tabel 4. 3 Responden Pendapatan.....	60
Tabel 4. 4 Responden Prodi	61
Tabel 4. 5 Skala Likert	61
Tabel 4. 6 Skor angket Perilaku Konsumtif	62
Tabel 4. 7 Skor angket Literasi Keuangan	63
Tabel 4. 8 Skor angket Gaya Hidup	65
Tabel 4. 9 Skor angket Penggunaan E - Money	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolienieritas	69
Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji T	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan)	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Determinasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	43
Gambar 3. 1 Kriteria pengujian hipotesis uji - F	55
Gambar 3. 2 Kriteria Pengujiann Hipotesis Uji - t.....	57
Gambar 4. 1 Uji Normalitas.....	69
Gambar 4. 2Hasil Uji Heterokedastisitas	70

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, pesatnya perkembangan teknologi membuat peran mahasiswa harus lebih *adatif* terhadap perubahan. Mahasiswa dianggap memiliki pemahaman yang seimbang tentang transformasi dan perkembangan baik di dunia pendidikan maupun di lingkungan masyarakat. Lingkungan masyarakat telah menjadi faktor utama yang mendorong Mahasiswa untuk menjadi lebih konsumtif. Saat ini, mahasiswa semakin sering menggunakan media sosial, yang memungkinkan mereka mendapatkan akses yang tak terbatas ke berbagai barang dan jasa yang mereka inginkan. Akibatnya, setiap individu cenderung memperoleh segala sesuatu dengan cepat. Situasi ini secara langsung mempengaruhi kebiasaan mereka untuk menghabiskan uang.

Perilaku mahasiswa seperti inilah yang cenderung melakukan pola perilaku konsumtif. Adanya gaya hidup di lingkungan masyarakat membuat mahasiswa tidak dapat mengendalikan pola hidup yang tidak terbatas seperti halnya cara berpakaian, gaya hidup yang serba mewah, dan perubahan perilaku konsumsinya. Perilaku konsumtif adalah ketika seseorang mengalami keinginan terus menerus membeli barang yang tidak hanya memenuhi kebutuhannya tetapi juga memenuhi keinginan mereka (Mulya Sari et al., 2023). Pada dasarnya, kebutuhan manusia dibedakan menjadi tiga jenis yaitu, yaitu kebutuhan primer yang menjadi kebutuhan dasar manusia seperti kebutuhan pangan, sandang dan papan, selanjutnya kebutuhan sekunder yang dimana kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan primer terpenuhi seperti pendidikan serta jaminan kesehatan dan yang terakhir kebutuhan

tersier yang dimana kebutuhan ini hanya pemanis untuk meningkatkan status sosial di masyarakat seperti memiliki barang mewah atau barang yang sama sekali tidak ada manfaatnya.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa umumnya tercermin dari kecenderungan membeli barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan riil, melainkan keinginan dan dorongan untuk mengikuti tren. Mahasiswa sering kali mengalokasikan sebagian besar uang sakunya untuk memenuhi gaya hidup seperti membeli pakaian, nongkrong di kafe, serta mengikuti tren, meskipun tidak sepenuhnya dibutuhkan. Penelitian menurut (Darsono et al., 2025) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa sangat dipengaruhi oleh keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial dan citra tertentu di lingkungan pergaulan. Menyebabkan perubahan orientasi dari kebutuhan primer menuju kebutuhan sekunder dan tersier ini mencerminkan perubahan cara pandang terhadap konsumsi yang tidak lagi rasional, melainkan sarat dengan aspek simbolik dan emosional.

Fenomena tersebut semakin diperburuk dengan adanya perkembangan media sosial yang membuat seseorang semakin gampang memberikan akses tak terbatas ke berbagai jaringan, sehingga individu cenderung memperoleh segala sesuatu dengan cepat dan mempengaruhi kebiasaan menghabiskan uang tanpa sadar. Perilaku konsumtif mahasiswa semakin mengkhawatirkan di era digital karena kemudahan teknologi mengurangi hambatan psikologis pembelian, sehingga anggaran bulanan cepat habis tanpa disadari. Hal ini bukan sekadar tren, melainkan ancaman struktural bagi masa depan finansial generasi muda yang seharusnya jadi tulang punggung ekonomi nasional.

Tabel 1. 1Kusioner Pra Survey Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering membeli barang secara spontan tanpa memikirkan manfaatnya	30%	20%	17,5%	15%	17,5%
2	Saya mudah tergoda untuk berbelanja saat melihat promosi atau diskon	62,5%	12,5%	12,5%	7,5%	5%
3	Saya menghabiskan lebih banyak uang daripada yang saya rencanakan	42,5%	32,5%	10%	5%	10%
4	Saya suka membeli barang-barang baru walaupun belum membutuhkan	25%	27,5%	20%	12,5%	15%
5	Saya sering merasa menyesal setelah melakukan pembelian	40%	35%	7,5%	5%	12,5%

Sumber : Hasil Pra Survey Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa masih tergolong tinggi dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Hal ini tercermin dari dominannya jawaban responden pada kategori Sangat Setuju (SS) hingga Setuju (S) terhadap beberapa pernyataan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, seperti membeli barang secara spontan tanpa mempertimbangkan manfaatnya, mudah tergoda untuk berbelanja ketika melihat promosi atau diskon, serta menghabiskan uang melebihi rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, sebagian responden juga menyatakan bahwa mereka sering membeli barang baru meskipun belum benar-benar membutuhkan serta merasa menyesal setelah melakukan pembelian.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa masih cukup dominan, yang terlihat dari kecenderungan

responden dalam melakukan pembelian yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa belum sepenuhnya mampu mengendalikan pengeluaran serta belum memiliki perencanaan keuangan yang baik dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Selain itu, pengaruh gaya hidup, tren di lingkungan sosial, serta kemudahan akses berbelanja melalui platform digital juga dapat menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara berlebihan. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang menunjukkan kecenderungan perilaku konsumsi yang lebih terkontrol, yang ditandai dengan kemampuan untuk menahan diri dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian.

Fenomena tersebut semakin nyata dengan terus berkembang gempuran teknologi seperti ini Mahasiswa semakin diharapkan dapat memanfaatkan pengetahuan dan kemampuan intelektualnya ketika memilah kebutuhan yang mereka butuhkan, Kemampuan yang dibutuhkan oleh mahasiswa salah satunya adalah literasi keuangan. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, karena kemampuan mengelola uang secara bijak dapat mengurangi kecenderungan pembelian impulsif. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk membaca, menganalisis, mengelola serta mengkomunikasikan kondisi keuangan yang dimiliki maka dapat mempengaruhi kesejahteraan hidup seseorang (Nurhayati & Wiharno, 2012). Literasi keuangan juga didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam membedakan pembiayaan yang dilakukan, tidak cemas jika berbicara tentang keuangan, serta merencanakan keuangan masa depan yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari (Nurhayati & Wiharno, 2012).

Literasi keuangan menjadi pondasi utama dalam mengendalikan dorongan konsumtif di tengah gaya hidup digital. Mahasiswa dengan literasi tinggi cenderung lebih bijak dalam budgeting dan menghindari pembelian impulsif. Namun kondisi literasi keuangan masyarakat Indonesia relatif rendah, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang dilakukan OJK dan BPS menunjukkan indeks literasi keuangan hanya sebesar 65,43% dengan indeks inklusi keuangan 75,02%. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan Bank Indonesia yang menyebut peningkatan literasi keuangan masih menjadi tantangan, di mana hasil SNLIK 2024 mencatat literasi keuangan sekitar 66% dan skor literasi Indonesia dalam survei OECD 2023 hanya 57, lebih rendah dari rata-rata global 60,3. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, karena kemampuan mengelola uang secara bijak dapat mengurangi kecenderungan pembelian impulsif

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, karena kemampuan mengelola uang secara bijak dapat mengurangi kecenderungan pembelian impulsif. Selain literasi keuangan faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif juga dapat dilihat dari gaya hidup seseorang.

Tabel 1. 2 Kusioner Pra Survey Literasi Keuangan Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis

No	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memahami cara mengelola keuangan pribadi dengan baik	20%	5%	30%	20%	25%
2	Saya memahami cara mengelola keuangan pribadi dengan baik	15%	15%	20%	25%	25%
3	Saya memahami perbedaan antara tabungan dan investasi	25%	20%	5%	25%	25%
4	Saya pernah membuat rencana keuangan jangka panjang untuk pengeluaran pribadi	20%	20%	10%	30%	20%
5	Saya paham maksud dari diversifikasi investasi	12,5%	7,5%	15%	27,5%	37,5%

Sumber : Hasil Pra Survey Penulis (2025)

Berdasarkan pada tabel 1.2 dapat dilihat mahasiswa menunjukkan tingkat literasi keuangan mahasiswa masih tergolong rendah dalam memahami konsep pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini tercermin dari dominannya jawaban responden pada kategori Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), hingga Sangat Tidak Setuju (STS) terhadap beberapa pernyataan yang berkaitan dengan pemahaman pengelolaan keuangan, seperti memahami cara mengelola keuangan pribadi dengan baik, mengetahui perbedaan antara tabungan dan investasi, serta membuat rencana keuangan jangka panjang untuk pengeluaran pribadi. Selain itu, sebagian besar responden juga menunjukkan tingkat pemahaman yang masih rendah terhadap konsep literasi keuangan.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa belum terbentuk secara optimal, khususnya dalam hal pemahaman

mengenai perencanaan keuangan, pengelolaan keuangan pribadi, serta pengetahuan dasar mengenai instrumen keuangan seperti tabungan dan investasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pengelolaan keuangan yang baik dan bijak. Kurangnya pemahaman tersebut dapat mempengaruhi cara mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan sehari-hari, termasuk dalam mengatur pengeluaran maupun menentukan prioritas antara kebutuhan dan keinginan.

Fenomena selanjutnya adalah Gaya hidup, yang dimana gaya hidup mencakup aktivitas, minat dan opini yang dimiliki individu, kebiasaan gaya hidup yang mengalami perubahan dari waktu ke waktu yang relatif sangat singkat telah membuat perubahan kearah yang berlebihan didukung lagi dengan adanya perkembangan smartphone, social media dan e-commerce, yang membuat masyarakat secara boros membeli barang dan jasa untuk pemenuhan gaya hidup (Mengga et al., 2023). Gaya hidup bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tetapi gaya hidup sudah mulai menjadi tren untuk menunjang status sosial seseorang, yang dimana membuat gaya hidup berorientasi pada konsumsi yang berlebih menciptakan kondisi keuangan seseorang sulit dikendalikan yang berakhir tidak sesuai dengan kemampuan finansialnya.

Gaya hidup adalah segala sesuatu yang menunjang suatu kebutuhan sebagai kebutuhan tambahan atau pelengkap. Gaya hidup adalah dasar dari perilaku manusia. Gaya hidup adalah cara hidup yang berhubungan dengan pengambilan keputusan (M. N. F. Abdullah & Suja, 2022). Menurut (Widiantari et al., 2023) gaya hidup adalah *lifestyle* yang biasa disebut dengan *you only live once* (YOLO) yaitu sesuatu hal yang berfokus pada apa yang terjadi dimasa sekarang

saja tanpa harus memikirkan akibat dimasa yang akan datang. Karena mereka berfikir hidup hanya sekali jadi yang dimiliki sekarang harus habis sekarang. Pola konsumsi seseorang yang mengacu pada pencerminan ketika membuang uang dan waktu dapat dikatakan gaya hidup. Gaya hidup juga dapat berupa segala tindakan seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungannya (Haq et al., 2023)

Tabel 1. 3 Kusioner Pra Survey Gaya Hidup Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering membeli barang bermerek atau terbaru agar terlihat modern di mata teman	27,5%	22,5%	20%	15%	15%
2	Saya menghabiskan uang untuk nongkrong atau makan di kafe/restoran populer secara rutin	32,5%	22,5%	17,5%	15%	12,5%
3	Pengeluaran untuk hiburan dan hangout adalah prioritas utama saya	27,5%	22,5%	20%	15%	15%
4	Saya mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang sedang diskon atau promosi meskipun tidak terlalu membutuhkan	45%	37,5%	5%	5%	7,5%

Sumber : Hasil Pra Survey Penulis (2025)

Berdasarkan pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa cenderung cukup tinggi dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Hal ini tercermin dari dominannya jawaban responden pada kategori Sangat Setuju (SS) hingga Setuju (S) terhadap beberapa pernyataan yang berkaitan dengan pola gaya hidup, seperti kebiasaan membeli barang bermerek atau terbaru agar terlihat modern di lingkungan sosial, menghabiskan uang untuk nongkrong atau makan di kafe dan restoran populer, serta menjadikan aktivitas hiburan atau hangout sebagai salah satu prioritas dalam pengeluaran.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren, lingkungan sosial, serta perkembangan gaya hidup modern. Hal ini juga terlihat dari kecenderungan responden yang mudah tertarik untuk membeli barang ketika terdapat promosi atau diskon meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa tidak hanya didasarkan pada kebutuhan utama, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti tren serta aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya. Sementara itu, sebagian responden lainnya menunjukkan kecenderungan gaya hidup yang lebih sederhana dengan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pengeluaran.

Gaya hidup yang cenderung tinggi tersebut tercermin dari kebiasaan mahasiswa dalam mengikuti perkembangan tren, memilih produk berdasarkan preferensi dan citra, serta aktivitas konsumsi yang berkaitan dengan pemenuhan gaya hidup. Kondisi ini berpotensi memengaruhi pola pengeluaran mahasiswa, di mana keputusan konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan utama, tetapi juga pada keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Sementara itu, mahasiswa dengan gaya hidup yang relatif tidak tinggi cenderung lebih selektif dalam melakukan pengeluaran dan mempertimbangkan aspek kebutuhan dalam aktivitas konsumsinya.

Seiring dengan perubahan gaya hidup mahasiswa yang semakin dinamis, kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan juga menjadi faktor yang turut memengaruhi perilaku konsumsi. Perkembangan teknologi di bidang keuangan telah menghadirkan berbagai inovasi sistem pembayaran non-tunai, salah satunya adalah *electronic money (e-money)*. Kehadiran *e-money* memberikan kemudahan,

kecepatan, dan kepraktisan dalam bertransaksi, sehingga semakin banyak digunakan oleh mahasiswa dalam aktivitas sehari-hari.

Perkembangan teknologi membuat mahasiswa menjadi lebih mudah terpapar oleh gaya hidup yang konsumtif melalui media sosial yang dimana menyebabkan kecenderungan lebih tinggi untuk mengalami stres finansial. Hal ini menegaskan bahwa gaya hidup bukan sekadar pilihan pribadi, melainkan hasil interaksi sosial yang dapat diperkuat oleh norma kelompok. Pola konsumsi individu semakin sulit di kontrol karena dengan adanya kenajuan teknologi dalam system pembayaran, teknologi ini dikenal dengan nama *fintech*. *Financial technology* atau lebih dikenal dengan *fitech* saat ini mampu merikan kemudahan dalam pembayaran. Dengan adanya perkembangan ini, fungsi uang tunai yang sejak dulu digunakan masyarakat sebagai alat transaksi bergeser menjadi transaksi non tunai (Bilal et al., 2022).

Semakin berkembang penggunaan *e-money* di Indonesia, maka pembayaran nontunai tidak hanya dalam bentuk kartu tetapiberbentuk lainnya seperti yang dapat tersimpan di smartphone. Penerbit uang elektronik tidak hanya bank saja tetapi juga lembaga selain bank seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan keuangan, maupun perusahaan transportasi. Dengan banyaknya aplikasi e-moneyyang beredar membuat para pengguna mempunyai perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan transaksi secara digital. Penggunaan aplikasi e-moneyyang paling diminati oleh masyarakat selain apikasi non bank dan dapat digunakan melalui smartphoneseperti OVO, GoPay, Dana, LinkAja, Doku, I-saku, dan sakuku.

Penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran digital semakin memfasilitasi perilaku konsumtif dengan kemudahan akses dan transaksi instan. *E money* adalah salah satu bagian dari berkembangnya financial technology menjadi sebuah trend karena memberi penawaran kepada pengguna dalam hal keefektifan bertransaksi sehingga mereka tidak perlu membawa uang tunai sehingga hal ini dapat menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa (Bilal et al., 2022). Pertumbuhan penggunaan *e-money* di Indonesia terus meningkat, dengan aplikasi seperti GoPay, Ovo dan SeaBank mendominasi sebagai aplikasi *e-money* yang sering digunakan.

E-money meningkatkan impuls pembelian karena menghilangkan hambatan fisik seperti membawa uang tunai. Pada mahasiswa, fenomena ini diperburuk oleh notifikasi promosi dan diskon yang sering muncul di aplikasi, sehingga mendorong konsumsi berlebihan tanpa perencanaan fenomena ini menyoroti bahwa *e-money*, meskipun inovatif, dapat memperburuk kesenjangan finansial jika tidak diimbangi dengan pendidikan keuangan yang memadai. Menurut hasil penelitian oleh (Daliyah & Patrikha, 2020) aplikasi *e-money* mampu menciptakan stimulus seperti promosi yang membuat mahasiswa tergiur untuk berbelanja, mudah digunakan, bisa menghemat waktu dalam berbelanja. Hal tersebut membuat mahasiswa sering melakukan pembelian melalui aplikasi *e – money*. Dengan terbiasanya mahasiswa untuk bertransaksi melalui aplikasi *e – money* baik untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, hal ini yang menjadikan mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif. Seringnya berbelanja dengan menutamakan keinginannya dan mengesampingkan kebutuhannya yang membuat mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif

Tabel 1. 4 Kusioner Pra Survey Penggunaan E – Money Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya lebih sering menggunakan e-money (e-wallet/QRIS) daripada uang tunai untuk bertransaksi sehari-har	37,5%	35%	12,5%	7,5%	7,5%
2	Kemudahan transaksi dengan e-money membuat saya lebih sering membeli sesuatu	42,5%	32,5%	7,5%	12,5%	5%
3	Saya sering terdorong untuk membeli karena ada promo/cashback yang ditawarkan saat menggunakan e-money	27,5%	37,5%	10%	10%	15%
4	Saya sering melakukan transaksi impulsif akibat kemudahan penggunaan e-money	42,5%	30%	15%	10%	2,5%
5	E-money membuat pengeluaran saya sulit untuk dikontrol	41,03%	30,77%	7,69%	10,26%	10,26%

Sumber : Hasil Pra Survey Penulis (2025)

Pada grafik tabel 1.4 dapat diketahui bahwa penggunaan e-money di kalangan mahasiswa cenderung cukup tinggi dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Hal ini tercermin dari dominannya jawaban responden pada kategori Sangat Setuju (SS) hingga Setuju (S) terhadap beberapa pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan e-money, seperti kecenderungan menggunakan e-wallet atau QRIS dibandingkan uang tunai dalam melakukan transaksi. Selain itu, kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital juga membuat sebagian mahasiswa menjadi lebih sering melakukan pembelian.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan e-money dapat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Berbagai

fitur yang ditawarkan seperti promo, diskon, maupun cashback mendorong mahasiswa untuk melakukan transaksi secara lebih sering. Kemudahan proses pembayaran yang cepat dan praktis juga dapat memicu terjadinya pembelian secara spontan atau impulsif. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan e-money tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga berpotensi mempengaruhi perilaku pengeluaran mahasiswa sehingga pengeluaran menjadi lebih sulit untuk dikontrol apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Tingginya tingkat penggunaan *e-money* mencerminkan bahwa mahasiswa semakin terbiasa dengan sistem pembayaran non-tunai yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Kemudahan tersebut memungkinkan mahasiswa melakukan transaksi secara praktis tanpa harus membawa uang tunai, baik untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari maupun untuk memenuhi gaya hidup yang berkembang. Namun demikian, penggunaan *e-money* yang intensif juga berpotensi memengaruhi pola pengeluaran mahasiswa, di mana kemudahan transaksi dapat mengurangi tingkat kehati-hatian dalam mengelola pengeluaran, sehingga mendorong munculnya perilaku konsumtif.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Haq et al., 2023) mengatakan penggunaan e – money dan gaya hidup memiliki keterkaitan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (R. R. Putri & Widarno, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa. Namun,

sebagian penelitian tersebut masih meneliti variabel secara terpisah atau hanya memfokuskan pada satu atau dua faktor saja. Selain itu, penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa masih relatif terbatas, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pengkajian pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan menggunakan data pra-survei sebagai gambaran awal fenomena yang terjadi. Selain itu, penelitian ini secara khusus mengambil objek pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai perilaku konsumsi mahasiswa.

Selanjutnya berdasarkan uraian latar belakang, hasil pra-riset, serta fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* merupakan faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan tingkat pemahaman literasi keuangan, kecenderungan gaya hidup, serta tingginya penggunaan *e-money* menunjukkan adanya variasi perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa.

Beberapa uraian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana pemahaman dan penerapan literasi keuangan, gaya hidup, serta penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, penelitian ini menemukann

Beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumtif mahasiswa masih tergolong tinggi. Hal ini terlihat dari kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara spontan, mudah tergoda oleh promosi atau diskon, serta membeli barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan.
2. Tingkat literasi keuangan mahasiswa masih belum memadai. Sebagian mahasiswa masih belum memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan pribadi, seperti perencanaan keuangan, pengelolaan pengeluaran, serta pemahaman mengenai konsep tabungan dan investasi.
3. Gaya hidup mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh tren dan lingkungan sosial. Hal ini terlihat dari kebiasaan mahasiswa dalam mengikuti

perkembangan gaya hidup modern, seperti membeli barang bermerek, melakukan aktivitas hiburan, maupun nongkrong di tempat-tempat populer.

4. Penggunaan e-money di kalangan mahasiswa semakin meningkat. Kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi digital membuat mahasiswa lebih sering menggunakan e-money dalam aktivitas pembayaran sehari-hari, yang berpotensi mendorong terjadinya pembelian secara impulsif.

1.3. Batasan Masalah

Perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan *e-money*, pengendalian diri, literasi digital, dan faktor lainnya. Namun, dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money*, serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel dependen. Objek penelitian difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian dapat menghasilkan pembahasan yang lebih terarah, mendalam, serta relevan dengan fenomena perilaku konsumtif mahasiswa di tengah perkembangan gaya hidup dan kemudahan transaksi berbasis elektronik.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan penulis, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ?
3. Apakah ada pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
4. Apakah ada pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan *e – money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ?

1.5.Tujuan Penelitian

Dari uraian yang penulis kemukaan diatas maka tujuan tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan *e – money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

1.6. Manfaat Penelitian

Dari uraian yang dikemukakan diatas adapun manfaat yang bias didapatkan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan masukan berupa perkembangan ilmu yang berkaitan tentang mediasi sikap keunagan pada pengaruh literasi keuangan , gaya hidup dan e- money terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa
- b) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk masyarakat luas ataupun mahasiswa pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan literasi keuang, gaya hidup dan *e-money* terhadap perilaku konsuntif dimediasi oleh sikap keuangan.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan bahan pustaka untuk perbandingan bagi penelitian selanjutnya.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat luas maupun mahasiswa lainnya dan menjadi bahan evaluasi dalam penelitian selanjutnya

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

A. Behavioral Finance

Behavioral Finance merupakan teori dalam bidang keuangan yang menjelaskan bahwa keputusan individu dalam mengelola keuangan tidak selalu bersifat rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosi, kebiasaan, serta lingkungan sosial. Teori ini berkembang sebagai kritik terhadap teori keuangan tradisional yang mengasumsikan bahwa individu selalu bertindak rasional dalam mengambil keputusan ekonomi. Dalam kenyataannya, individu sering kali melakukan keputusan keuangan yang dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, serta preferensi pribadi dalam mengelola keuangannya.

Behavioral Finance banyak dikembangkan oleh para ahli ekonomi perilaku, salah satunya adalah Richard Thaler. Menurut Thaler, perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan sering dipengaruhi oleh bias psikologis dan keterbatasan dalam mengolah informasi sehingga keputusan yang diambil tidak selalu optimal. Individu sering kali membuat keputusan keuangan berdasarkan dorongan emosional, kebiasaan, maupun pengaruh lingkungan sosial yang ada di sekitarnya. Hal ini menyebabkan seseorang dapat melakukan pengeluaran yang tidak terencana atau bahkan bersifat konsumtif.

Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, *Behavioral Finance* menjelaskan bahwa perilaku keuangan seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat pengetahuan keuangan, pola gaya hidup, serta kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu

akan mempengaruhi bagaimana seseorang memahami, mengelola, serta mengambil keputusan terkait penggunaan uang yang dimilikinya. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara bijak dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Selain itu, gaya hidup juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Gaya hidup mencerminkan pola perilaku individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini seseorang. Individu dengan gaya hidup yang cenderung konsumtif akan lebih mudah terdorong untuk melakukan pengeluaran yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada keinginan semata.

Di era perkembangan teknologi digital saat ini, penggunaan sistem pembayaran elektronik seperti *e-money* juga turut mempengaruhi perilaku keuangan individu. Kemudahan dalam melakukan transaksi melalui *e-money* dapat meningkatkan intensitas pembelian karena proses pembayaran menjadi lebih praktis dan cepat. Hal ini dapat memicu munculnya perilaku konsumtif apabila individu tidak memiliki kontrol yang baik dalam mengelola pengeluarannya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, *Behavioral Finance* dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan terkait penggunaan uang. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam pengelolaan keuangan pribadi.

2.1.1. Perilaku Konsumtif

2.1.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut (Fatmawatie, 2022) Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah perilaku dimana individu tidak bisa membedakan keinginan dengan kebutuhan, dimana bahwa pengakuan maupun penghargaan dalam mengikuti trend lebih utama (Maharani & Rosandi, 2023).

Menurut (Arum & Khoirunnisa, 2021) perilaku konsumtif merupakan salah satu tindakan yang menunjukkan perilaku membeli barang secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan sesaat meskipun individu tersebut tahu bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan yang digunakan saat itu. Perilaku konsumtif merupakan suatu hal dimana seringkali konsumen membeli suatu barang maupun suatu produk demi sebuah pengakuan maupun penghargaan, dimana bahwa secara nyata komoditas produk tersebut kurang dibutuhkan bahkan tidak dibutuhkan (Insana & Johan, 2020).

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi (Julita et al., 2022). Perilaku Konsumtif adalah suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (D. Abdullah et al., 2022)

Dengan demikian penulis menyimpulkan bahawa perilaku konsumtif adalah perilaku individu dalam melakukan pembelian dan penggunaan barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan, gaya hidup, serta kepuasan sesaat dibandingkan dengan kebutuhan yang rasional. Perilaku ini ditandai dengan ketidakmampuan individu dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, kecenderungan membeli barang secara berlebihan, mengikuti tren untuk memperoleh pengakuan sosial, serta mengabaikan pertimbangan manfaat dan konsekuensi ekonomi jangka panjang.

2.1.1.2. Aspek Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif pada mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai aspek. Menurut penelitian yang dilakukan (Nadhifah et al., 2024) mengatakan aspek – aspek perilaku konsumtif terdiri dari :

1) Kesenangan

Aspek kesenangan dalam perilaku konsumtif adalah pola konsumsi di mana seseorang membeli barang atau jasa terutama untuk mendapatkan perasaan senang, bangga, atau kenyamanan secara psikologis dan emosional, bukan karena kebutuhan dasar.

2) Kepuasan

Aspek kepuasan adalah karakter konsumtif di mana individu membeli barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi rasa puas diri, meskipun barang tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan secara fungsional.

Dalam perilaku konsumtif, kepuasan terjadi ketika pembelian dianggap dapat memenuhi harapan emosional atau perasaan positif terhadap diri sendiri.

3) Pemborosan

Aspek pemborosan merupakan tindakan membeli barang secara berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan atau nilai guna nyata, sehingga pengeluaran menjadi terbuang sia-sia. Barang yang dibeli seringkali hanya disimpan atau dipakai sesaat lalu terlupakan.

4) Pembelian Implusif

Aspek pembelian impulsif adalah perilaku konsumsi di mana seorang konsumen membeli barang secara spontan tanpa rencana sebelumnya, sering dipicu oleh dorongan emosional, promosi menarik, atau stimulus eksternal seperti diskon atau tampilan produk visual.

2.1.1.3. Faktor – faktor Perilaku Konsumtif

Menurut (Lutfiah et al., 2022) perilaku konsumtif memiliki beberapa faktor yaitu :

1) Faktor Eksternal

Faktor yang mempengaruhi mahasiswa pendidikan ekonomi adalah faktor kebudayaan yaitu pada saat menjelang hari besar keagamaan mereka selalu membeli pakaian baru dan faktor kelompok referensi, karena mereka selalu terpengaruh terhadap ajakan dari temannya.

2) Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi mahasiswa pendidikan ekonomi adalah faktor kepribadian, mereka senang dalam berbelanja atau membeli sesuatu karena

dengan belanja bisa membuat mereka senang dan bisa menghilangkan rasa stres, mereka juga pernah melakukan impulsive buying atau pembelian tanpa berencana, faktor konsep diri yaitu kebanyakan dari mereka berbelanja sesuai dengan konsep diri mereka, mereka setuju jika menggunakan pakaian/barang yang bermerk akan terlihat keren serta percaya diri dan faktor gaya hidup dimana jika ada barang yang lagi *booming/trend* mereka mengikuti tren dan ingin memiliki barang tersebut.

Menurut (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022) perilaku konsumtif memiliki beberapa faktor

Faktor pertama yang menjadi salah satu penyebab mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif yaitu *financial literacy*. (Kumalasari & Soesilo, 2019) menyatakan literasi keuangan adalah mengatur keuangan sehingga tidak menyebabkan pemborosan.

Faktor kedua yang menjadi salah satu penyebab mahasiswa mempunyai perilaku konsumtif yaitu life style. (Dilasari et al., 2021) menyatakan life style dapat dilihat berdasar minat seseorang dalam melakukan pembelanjaan suatu produk maupun jasa. Contohnya jika seseorang mempunyai gaya hidup yang mewah tidak akan segan untuk membeli barang branded, up to date dan akan selalu mengikuti trend yang ada.

Faktor ketiga yang diduga mampu mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu *e-money*. (Dewi et al., 2021) dalam penggunaan *e-money* dapat memberikan efek kurang baik yaitu dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini dapat disebabkan

karena secara psikologis pengguna *e-money* tidak merasakan mengeluarkan uang, maka akan menumbuhkan rasa ketagihan melakukan pembelian berulang.

Faktor Keempat, faktor yang diduga dapat memengaruhi perilaku konsumtif yaitu *Self Control*. (Zulaika & Listiadi, 2020) dalam penelitiannya menyatakan *self control* merupakan cara seseorang untuk mengendalikan dan mengontrol perilaku.

2.1.1.4. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut (Purwati et al., 2023) indikator perilaku konsumtif sebagai berikut :

1) Pembelian Implusif

Menurut (Novian & Budiarto, 2025) Impulsive merupakan istilah umum untuk tindakan berbelanja tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Perilaku impulsif mencakup pembelian produk tanpa pertimbangan sebelumnya, pembelian yang dilakukan secara spontan, serta pengaruh teman saat berbelanja.

2) Pembelian tidak rasional

Konsumsi yang tidak rasional yakni konsumsi yang diluar kemampuan keuangan, konsumsi untuk memperoleh pengakuan/ status, meniru idola, dan konsumsi sebagai pelarian dari masalah atau kesenangan (Lukiani et al., 2021)

3) Pembelian boros atau berlebihan

Pemborosan (*Wastafel Buying*) yakni konsumsi yang tidak sesuai dengan jumlah kebutuhan yang diperlukan. Jika seseorang dalam melakukan konsumsi setidaknya terdapat satu alasan dari motif tersebut (*Impulsive*

Buying, Non rational buying, Wastafel Buying), maka dapat dikatakan orang tersebut tidak rasional dalam berkonsumsi. (Lukiani et al., 2021)

1) Budaya

Menurut (A. A. Putri et al., 2024) Budaya konsumtif adalah suatu pola perilaku yang terjadi karena norma, nilai, dan kebiasaan sosial yang mendorong individu atau kelompok untuk melakukan konsumsi secara berlebihan sebagai bagian dari gaya hidup atau identitas sosial.

2) Watak

Menurut (S. M. Putri et al., 2022) Watak individu dalam perilaku konsumtif mencerminkan sifat psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan pembelian tidak hanya berdasarkan kebutuhan tetapi juga dorongan emosional atau gaya hidup, seperti kecenderungan hedonis atau kepribadian ekstrovert yang memiliki hubungan signifikan terhadap perilaku konsumtif produk fashion.

2.1.2. Literasi Keuangan

2.1.2.1. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang untuk membuat keputusan yang efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka (Halik et al., 2023). Menurut (Arianti, 2022) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Menurut (Posi & Kaiyeli, 2024) Literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang untuk membuat

keputusan yang efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka. Sebagaimana dinyatakan oleh (Asari et al., 2023) literasi keuangan adalah serangkaian proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka secara lebih baik.

Literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi secara efektif agar dapat mengambil keputusan finansial yang bijak dan menghindari permasalahan seperti utang berlebihan atau kebangkrutan (M. D. Putri et al., 2025).

Menurut penelitian Otoritas jasa keuangan (OJK) di dalam jurnal (Astuti et al., 2019) menyatakan *“Financial literacy is a series of processes or activities to improve the knowledge, beliefs and skills of consumers and the wider community so that they are able to manage finances better”*. Secara umum dapat diartikan sebagai :literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), keyakinan (confidence) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik.

Maka penulis menyimpulkan bahwa literasi keuangan adalah literasi keuangan adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan proses pembelajaran yang memungkinkan individu, khususnya mahasiswa, untuk memahami, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan secara efektif dan rasional. Literasi keuangan mencakup kemampuan dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi secara bijak, sehingga individu mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan, menghindari

permasalahan keuangan, serta mencapai kesejahteraan finansial secara berkelanjutan.

2.1.2.2. Tujuan Dan Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan memiliki berbagai tujuan menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (Ojk & Bps, 2024) menyatakan sebagai berikut :

1. Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat, agar mampu memahami karakteristik, manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban dalam penggunaan produk dan layanan jasa keuangan
2. Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat, sehingga setiap individu dapat mengambil sebuah keputusan keuangan dilakukan secara sadar, rasional dan bertanggung jawab
3. Mendorong pengelolaan keuangan yang lebih baik, termasuk perencanaan keuangan, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran tabungan, serta penggunaan produk keuangan formal secara bijak.
4. Mewujudkan kesejahteraan keuangan masyarakat secara berkelanjutan, sebagai bagian dari upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi nasional.

Manfaat literasi keuangan menurut (Ojk & Bps, 2024) sebagai berikut :

1. Membentuk perilaku keuangan yang sehat
2. Meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan keuangan
3. Mengurangi kerugian akibat kesalahan dalam pengelolaan keuangan

2.1.2.3. Aspek Literasi Keuangan

Aspek-aspek yang tercakup dalam literasi keuangan mencakup pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan untuk memahami konsep keuangan, keandalan dalam mengelola keuangan pribadi atau perusahaan, dan kemampuan untuk mengambil keputusan pada waktu tertentu (Rum & Paramitalaksmi, 2024)

2.1.2.4. Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut (Apriliani, 2024), ada beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan, antara lain :

- 1) Jenis Kelamin : Perbedaan jenis kelamin merujuk pada karakteristik biologis dan fisiologis yang secara memisahkan antara individu laki-laki dan perempuan. Perbedaan ini melibatkan struktur tubuh, sistem reproduksi, tingkat hormon, dan karakteristik genetik yang mendasarinya.
- 2) Tingkat Pendidikan : Pendidikan memiliki peran sebagai kunci dalam meningkatkan literasi keuangan. Selama proses pendidikan, individu tidak hanya memperoleh pengetahuan akademis, tetapi juga mengalami berbagai pengalaman yang membentuk pemahaman mereka tentang keuangan.
- 3) Status Mukim : Individu yang tinggal sendiri di rumah kontrakan atau asrama cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi daripada mereka yang tinggal bersama keluarga mereka.
- 4) Tingkat Pendapatan : Besarnya pendapatan seseorang ternyata memengaruhi tingkat pemahaman finansial mereka, yang pada akhirnya memengaruhi inklusi keuangan. Untuk mencapai kestabilan finansial,

disarankan untuk menyimpan uang secara aman, seperti menabung di bank, atau bahkan melakukan investasi di pasar modal.

- 5) Status Pekerjaan : Pekerjaan seseorang memengaruhi tingkat literasi keuangannya secara signifikan. Faktor ini menunjukkan bahwa individu yang bekerja dalam bidang yang membutuhkan tingkat pendidikan yang tinggi cenderung memiliki keterampilan keuangan yang lebih baik. Hal ini bisa disebabkan oleh paparan mereka terhadap informasi dan konsep keuangan yang lebih maju di lingkungan kerja mereka.

2.1.2.5. Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan meliputi keuangan pribadi, tabungan, pinjaman dan investasi (Fungky et al., 2021)

2.1.3. Gaya Hidup

2.1.3.1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan dasar dari perilaku konsumtif. Gaya hidup merupakan cara hidup yang berhubungan dengan pengambilan keputusan. Suatu cara gaya hidup di wujudkan dengan perilaku sekelompok orang atau masyarakat yang menganut pada nilai dan cara hidup yang hampir sama. Gaya hidup seseorang berkaitan dengan perilaku konsumsi, terutama ketika seseorang akan memutuskan untuk membeli produk yang sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang dibentuk oleh masyarakat (Anggraini & Hastuti, 2023).

Gaya hidup seseorang menunjukkan pola perilaku dari aktivitas, minat, maupun opini jika seseorang memiliki gaya hidup yang selalu menekankan dan mengarahkan pada kesenangan hidup, menghabiskan waktu diluar rumah, menggunakan uang untuk kesenangan mengedepankan keinginan (Rucita &

Dewanti, 2023). Menurut (Fungky et al., 2021) gaya hidup sendiri ialah sebuah kebiasaan hidup seseorang yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opini. Pada dasarnya gaya hidup adalah cara seseorang dalam mengelola waktu dan uang.

Gaya hidup mencerminkan pola perilaku individu dalam mengatur waktu, keuangan, dan kegiatan sehari-hari, serta mencerminkan karakteristik sosial dan pribadi seseorang (Sandy & Syam, 2025). Menurut (Pramudita & Misidawati, 2024) Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang digambarkan dengan bagaimana individu menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang dipikirkan mengenai diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

Selanjutnya menurut (Sadewa & Ariani, 2022) Gaya hidup bisa digambarkan melalui aktivitas individu yang suka berbelanja, menghabiskan uang untuk membeli barang terbaru dan bagaimana individu memandang barang yang telah dibeli. Misalnya individu hanya menggunakan barang yang berorientasi pada merek tertentu, lalu tidak akan menggunakan merek yang lain sehingga individu merasa bangga jika menggunakan barang bermerek. Sedangkan dengan tujuan status sosial misalnya, seorang mahasiswa mau membeli produk bermerek hanya karena ingin tampil keren di antara temantemannya

Berdasarkan hasil penjelasan gaya hidup di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini, yang berkaitan erat dengan cara individu mengelola waktu dan uangnya. Gaya hidup juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan konsumsi, terutama dalam menentukan pilihan pembelian barang dan jasa, baik yang didorong oleh

kebutuhan maupun keinginan. Dengan demikian, gaya hidup yang cenderung mengarah pada kesenangan, status sosial, dan mengikuti tren berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif.

2.1.3.2. Jenis – Jenis Gaya Hidup

Menurut (Sa'idah & Fitrayati, 2022) ada tiga jenis gaya hidup yaitu :

1) Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif merujuk pada pola hidup yang berfokus pada konsumsi barang atau jasa secara berlebihan, di mana keinginan sering kali mengalahkan kebutuhan sebenarnya.

2) Gaya Hidup Hedonisme

Gaya hidup hedonisme adalah pandangan hidup yang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama, sering kali mengabaikan aspek jangka panjang seperti tabungan. Pola ini melibatkan pengeluaran waktu serta uang untuk kesenangan pribadi, seperti hiburan mewah, yang dapat menurunkan efektivitas literasi keuangan.

3) Gaya Hidup dalam pemanfaatan waktu luang

Gaya hidup dalam pemanfaatan waktu luang menekankan cara individu menghabiskan waktu senggang, baik untuk konsumsi maupun aktivitas produktif, yang dapat memengaruhi tingkat konsumsi secara keseluruhan. Jenis ini sering dikaitkan dengan pilihan seperti hobi atau rekreasi yang berdampak pada pola pengeluaran.

2.1.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut (R. A. Sari et al., 2024) gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1) Faktor Internal

a) Status Ekonomi

Status ekonomi seseorang sangat mempengaruhi gaya hidup dan tingkat konsumsinya dalam kehidupan sehari-hari. Keadaan ekonomi akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap gaya hidup dan pola konsumsinya.

b) Gengsi atau *prestise*

Gengsi atau *prestise* merupakan keadaan dimana seseorang akan merasa bangga dalam mengkonsumsi barang dan jasa tertentu. Fenomena yang banyak terjadi saat ini adalah banyaknya mahasiswa yang ingin terlihat fashionable, terlepas dari kehidupan mereka yang sesungguhnya seperti apa.

2) Faktor Eksternal

a) Budaya Perkotaan

Budaya memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku setiap orang. Individu yang tumbuh dalam suatu budaya tertentu akan mempelajari serangkaian nilai, persepsi dan perilaku melalui proses interaksi dengan lingkungan dimana ia berada.

b) Lingkungan dan Teman Sebaya

Teman sebaya adalah salah satu hal yang mempengaruhi mahasiswa dalam berperilaku. Teman sebaya adalah lingkungan pertemanan antar

mahasiswa. Seseorang sering dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya didalam pergaulannya. Untuk menghindari penolakan tersebut, maka individu tersebut akan cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik gaya hidup seseorang yang berkaitan dengan bagaimana tingkah lakunya dalam kehidupan sehari-hari sangat dipengaruhi oleh lingkungan teman sebaya.

2.1.3.4. Indikator Gaya Hidup

Menurut (D. Lestari et al., 2023) indikator gaya hidup terdiri dari :

- 1) Kegiatan (Activity) adalah apa yang di kerjakan konsumen, produk apa yang di beli atau di gunakan, kegiatan apa yang di lakukan. Walaupun tersebut sering terlihat namun suatu kegiatan dan tindakan jarang untuk dapat di ukur secara langsung.
- 2) Minat (Interest) adalah objek peristiwa atau tingkat keinginan di sertai dengan perhatian khusus maupun terus menerus. Minat dapat berupa kesukaan,kegemaran dan prioritas dalam hidup.
- 3) Opini (Opinion) adalah pandangan atau pendapat konsumen dalam menanggapi perkembangan global, ekonomi dan sosial. Opini di gunakan untuk menafsirkan harapan seperti kepercayaan terhadap pendapat orang lain untuk peristiwa yang akan datang.

2.1.4. Penggunaan E- Money

2.1.4.1. Pengertian E – Money

Uang elektronik atau *e-money* merupakan evolusi sistem pembayaran yang secara fundamental mengubah cara transaksi dilakukan. Secara definitif, *e-money*

adalah nilai uang yang disimpan dalam medium elektronik dan dapat ditransfer secara digital tanpa memerlukan uang tunai fisik. Instrumen ini berfungsi sebagai pengganti uang tunai yang nilainya diterbitkan oleh lembaga tertentu, memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi seperti pembayaran debit atau kredit, baik secara daring maupun luring (Sukma, 2025)

Menurut (Susanti et al., 2021) *e-money* atau uang elektronik adalah alat transaksi keuangan modern yang berbentuk pembayaran non tunai. Uang elektronik ini bisa digunakan untuk transaksi apapun, pembayaran transportasi online, belanja online, pembayaran toll dan lain sebagainya. Sedangkan menurut (Nazar et al., 2023) *e-money* atau electronic merupakan suatu alat pembayaran atau alat transaksi yang dimana nilai dari uang yang digunakan dalam bertransaksi tersimpan dalam media elektronik.

E-money adalah alat pembayaran elektronik yang bisa disimpan dalam suatu media. Nominal yang ada di dalam *e-money* didapatkan dari penyetoran uang kepada penerbit, bisa secara langsung, agen penerbit maupun dengan pendebitan rekening di bank. Dengan demikian, nominal tersebut akan dimasukkan menjadi nominal uang pada *e-money* dan bisa digunakan untuk pembayaran (Mustika & Hakim, 2024). Menurut Bank Indonesia dalam penelitian (Aulia et al., 2021) *E-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi beberapa kriteria, diterbitkan berdasarkan nilai uang yang telah disetor sebelumnya kepada penerbit, nilai uang disimpan dalam elektronik dalam chip atau media server dan penerbit tidak menganggap nilai *e-money* sebagai simpanan menurut undang-undang perbankan.

Maka menurut penulis, *e-money* merupakan alat pembayaran non tunai berbasis teknologi digital yang menyimpan nilai uang secara elektronik dan

digunakan sebagai pengganti uang tunai dalam berbagai transaksi. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan *e-money* menjadikannya semakin banyak digunakan.

2.1.4.2. Manfaat – Manfaat Penggunaan *E-Money*

Menurut (Alfadhilla et al., 2024) manfaat dari *e-money* Keuntungan tersebut meliputi kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran secara cepat tanpa menggunakan uang tunai, baik guna nominal kecil maupun transaksi dengan intensitas tinggi. Selain itu dalam penelitian (Jagaddhita & Kusuma, 2024) mengatakan manfaat penggunaan *e-money* ialah kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan kemampuan untuk melakukan transaksi mikro dengan biaya rendah.

Menurut (Prasetya & Putra, 2020) Salah satu manfaat penggunaan uang elektronik adalah berkaitan dengan kecepatan. Artinya pengguna uang elektronik tidak perlu untuk menyiapkan uang pas dalam bertransaksi. Disamping itu, uang kembalian tidak perlu disimpan dan terhindar dari jumlah uang pengembalian yang salah. Manfaat yang lain adalah waktunya lebih cepat karena tidak memerlukan otorisasi pengesahan atau tanda tangan maupun nomor Pin. Pengguna uang elektronik dalam melakukan aktifitas, produktifitasnya lebih meningkat dan efisien.

2.1.4.3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E – Money*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Prayoga & Rakhmaddidan, 2022) menyatakan faktor yang mempengaruhi penggunaan *e – money* yaitu :

- 1) Faktor kepercayaan, pengguna percaya bahwa uang yang mereka simpan didalam *e-money* akan aman.

- 2) Faktor keamanan, pengguna merasa tenang dan nyaman dengan menyimpan uang pada *e-money* dan pada data pribadi pengguna.
- 3) Faktor kemudahan, pengguna merasakan kemudahan dalam penggunaan *e-money* seperti bertransaksi dengan cepat dan mudah menggunakan fitur-fitur yang ada didalamnya.
- 4) Faktor fitur dari *e-money*, fitur – fitur yang ditawarkan oleh *e-money* sudah cukup memenuhi kebutuhan pengguna.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Hadisantoso et al., 2023) faktor yang mempengaruhi penggunaan *e – money* yaitu, 1) faktor kepercayaan, 2) faktor kemudahan dan 3) keamanan

2.1.4.4. Indikator Penggunaan E – Money

Menurut (Nainggolan, 2022) menyebutkan indikator – indicator *e-money* adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat penggunaan *e-money*, seperti mengetahui apa saja manfaat yang mungkin akan didapat dari penggunaan *e-money*.
- 2) Kemudahan dalam penggunaan *e-money*, misalnya kemudahan akses yang ditawarkan dalam proses transaksi yang mudah dan efisien.
- 3) Memberikan kepercayaan diri, ketika menggunakan *e-money* muncul dalam diri rasa kepercayaan diri yang kini telah menjadi gaya hidup.
- 4) Keuntungan penggunaan *e-money*, seperti efisiensi waktu ataupun biaya dalam proses transaksi.

Menurut (R. A. Sari & Manjaleni, 2025) mengatakatan indikator penggunaan *e-money* meliputi, 1) Frekuensi penggunaan *e-money* 2) Kemudahan transaksi 3) Pengaruh promosi 4) Pengaruh gaya hidup digital 5) Keamanan

2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau keterkaitan antara konsep antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual ini gunanya untuk menjelaskan secara detail tentang topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapat dari teori yang dipakainsebagai landasan teori yang dihubungkan dengan variabel yang diteliti.

2.2.1. Pengaruh Literasi Keunagan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangannya dengan baik agar mencapai taraf hidup yang sejahtera. Literasi keuangan yang baik sangat penting bagi individu untuk mengambil keputusan konsumsi yang bijak yang dimana semkain menjelaskan bahwa permasalahan keuangan tidak hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan, tetapi juga oleh kurangnya pengetahuan dalam mengelola keuangan. Individu dengan literasi keuangan rendah cenderung tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik, sehingga lebih mudah terdorong untuk melakukan konsumsi yang tidak perlu. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan perlu menjadi prioritas untuk mengurangi perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa yang tengah berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial (Afrilia et al., 2025).

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahawa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (Aprilian & Anggita, 2025) menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh

negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan seperti pengelolaan anggaran, tabungan, investasi, serta kesadaran terhadap risiko keuangan, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi berlebihan atau pembelian impulsif. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengendalikan keinginan konsumtif dan lebih rasional dalam mengambil keputusan ekonomi.

Selain itu, hasil penelitian lain juga menunjukkan adanya pengaruh antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada mahasiswa (Afrilia et al., 2025) dan (Simarmata et al., 2024) penelitian mereka menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif. Hal tersebut berarti bahwa ketika mahasiswa memiliki pemahaman yang baik akan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin menurun. Hal ini terjadi karena mahasiswa sudah semakin rasional dan semakin bijak dalam menggunakan uangnya. Sebaliknya jika mahasiswa belum memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dan pengelolaan keuangan maka mereka akan cenderung melakukan perilaku konsumtif yaitu menggunakan uang secara irasional dengan membeli barang atau mengonsumsi sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu menekan perilaku konsumtifnya.

2.2.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup adalah perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli suatu produk sesuai dengan nilai-nilai tradisional yang terbentuk di suatu

masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi mahasiswa. Pola konsumsi yang dilakukan mahasiswa dapat dilihat dari setiap kegiatan yang dilakukan dalam menghabiskan waktu di kehidupan. pola konsumsi seseorang sangat besar dipengaruhi oleh gaya hidup yang ingin terlibat lebih menonjol atau mengikuti trend sehingga mereka akan berperilaku tidak rasional dalam berkonsumsi (Ulfah et al., 2022).

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahawa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (Rafidah et al., 2022) menunjukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lain juga menunjukan hal yang sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari et al., 2025) menunjukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (Arif & Imsar, 2024) juga menunjukan hal yang sama yaitu gaya hidup berpegaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukan gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan keinginan sesaat dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian yang tidak rasional.

Hal ini menunjukan bahwa Gaya hidup seseorang menunjukkan pola perilaku dari aktivitas, minat, maupun opini jika seseorang memiliki gaya hidup yang selalu menekankan dan mengarahkan pada kesenangan hidup, menghabiskan waktu diluar rumah, menggunakan uang untuk kesenangan mengedepankan keinginan. Tentunya hal tersebut menjadikan pola konsumsi seseorang yang tidak baik yaitu cenderung pada perilaku konsumtif.

2.2.3. Pengaruh Penggunaan E – Money Terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian yang dilakukan oleh (Aldo et al., 2025) menunjukkan hasil penggunaan *e – money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut juga menyatakan Perilaku konsumtif yang didorong oleh tertariknya sebagian besar mahasiswa untuk menggunakan *e-money* dan mereka menilai pengisian nominal *e-money* sangatlah mudah sehingga menghasilkan perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan *e-money* jauh lebih mudah, aman, nyaman, cepat dan efisien dibandingkan jika memakai uang tunai.

Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Agustian et al., 2025) menunjukkan *e – money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menandakan penggunaan *e-money* berkorelasi dengan peningkatan perilaku konsumtif, di mana semakin sering mahasiswa menggunakan *e-money*, semakin besar kecenderungan mereka untuk bersikap konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2021) (Rasyid & A'Rasy, 2022) dan (Sugiarti et al., 2024) yang menyatakan terdapat pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2.2.4. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Penggunaan E money Terhadap Perilaku Konsumtif

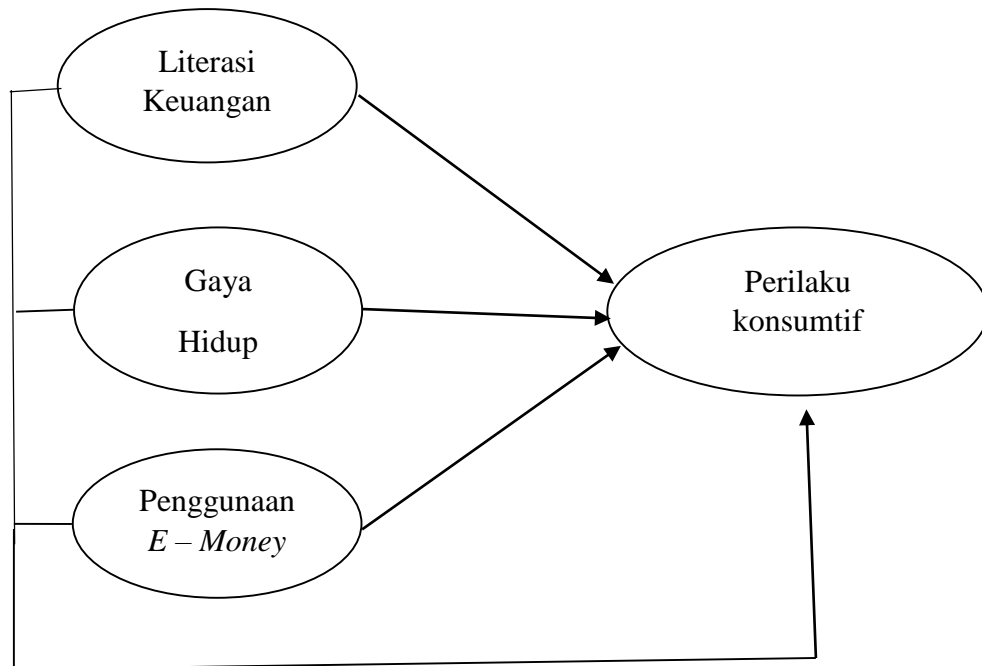
Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan rasional. Perilaku ini semakin terlihat pada mahasiswa di tengah perkembangan gaya hidup dan kemajuan teknologi pembayaran digital. Literasi

keuangan, yang mencakup pemahaman dan keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat, menjadi faktor penting dalam membantu mahasiswa mengelola uang mereka secara bijak dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Beberapa penelitian mengatakan bahwa ada pengaruh gaya hidup dan penggunaan e – money terhadap perilaku konsumtif. Penelitian (Haq et al., 2023) mengatakan penggunaan e – money dan gaya hidup memiliki keterkaitan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian (Anita & Hidayah, 2024) lifestyle dan *e-money* memberi pengaruh positif dan signifikan pada kebiasaan sikap konsumtif mahasiswa akuntansi. Penelitian (L. D. S. Sari & Hikmah, 2025) gaya hidup dan *e – money* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dapat disimpulkan gaya hidup dan penggunaan *e-money* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh *e-money* serta gaya hidup yang berorientasi pada tren dan kesenangan mendorong mahasiswa untuk melakukan pengeluaran secara impulsif dan berlebihan

Penelitian (R. R. Putri & Widarno, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian (A et al., 2026) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki individu, maka semakin rendah kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lalyta & Susanti, 2025) menunjukkan bahwasannya literasi keuangan, gaya hidup dan *e - money* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Maka digambarkan dalam kerangka konseptual berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.3. Hipotesis

Berdasarkan paparan di atas penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Ada pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
2. Ada pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
3. Ada pengaruh Penggunaan E - Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
4. Ada pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E - Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, dimana penelitian ini mengambil sampel dari satu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pendekatan Asosiatif. Dimana metode kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik . Sedangkan penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017)

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah pedoman sistematis untuk mengukur variabel penelitian, mengonversi konsep abstrak menjadi indikator terukur guna memastikan validitas dan reliabilitas pengukuran. Menurut (Sugiyono, 2017) penentuan konstruk atau karakteristik yang akan diteliti merupakan langkah penting agar bisa dijadikan variabel yang dapat diukur. Dalam penelitian ini, definisi operasional yang digunakan mencakup:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku Konsumtif adalah suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan	1. Pembelian Implusif 2. Pembelian Tidak Rasional 3. Pembelian Boros 4. Budaya 5. Watak

		daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (D. Abdullah et al., 2022)	Sumber : (Purwati et al., 2023)
2	Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Arianti, 2022)	1. Keuangan Pribadi 2. Tabungan 3. Pinjaman 4. Investasi Sumber : (Fungky et al., 2021)
3	Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang digambarkan dengan bagaimana individu menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang dipikirkan mengenai diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat) (Pramudita & Misidawati, 2024)	1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini Sumber : (D. Lestari et al., 2023)
4	Penggunaan <i>E – Money</i> (X3)	Uang elektronik atau <i>e-money</i> merupakan evolusi sistem pembayaran yang secara fundamental mengubah cara transaksi dilakukan. Secara definitif, <i>e-money</i> adalah nilai uang yang disimpan dalam medium elektronik dan dapat ditransfer secara digital tanpa memerlukan uang tunai fisik. Instrumen ini berfungsi sebagai pengganti uang tunai yang nilainya diterbitkan oleh lembaga tertentu, memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi seperti pembayaran debit atau kredit, baik secara daring maupun luring (Sukma, 2025)	3.1 Frekuensi penggunaan <i>e-money</i> 3.2 Kemudahan transaksi 3.3 Pengaruh promosi 3.4 Pengaruh gaya hidup 3.5 Keamanan Sumber : (R. A. Sari & Manjaleni, 2025)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2017) Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berjumlah 880 mahasiswa.

Tabel 3. 3 Jumlah Populasi

No	Jurusan	Mahasiswa
1.	Manajemen	611
2.	Akutansi	226
3.	Ekonomi pembangunan	43
4	Pajak	0
Total		880

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2017).]

Simpel Random Sampling, yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Berdasarkan pernyataan diatas, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus slovin, yaitu:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai error 10% (0,10)

Berdasarkan rumus slovin, dihasilkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{880}{1 + 880(0.10)^2}$$

$$n = \frac{880}{1 + 880(0.01)}$$

$$n = \frac{880}{1 + 8.8}$$

$$n = 89.79 \approx 90 \text{ Orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang diperoleh yaitu 89.79 yang dgenapkan menjadi 90 orang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian mempergunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data untuk penelitian ini, menyebarkan pernyataan dan pertanyaan kepada 100 responden Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Stambuk tahun 2022 untuk mendapatkan tanggapan mereka. Skala Likert untuk mengukur seberapa besar responden setuju dengan pernyataan atau pertanyaan, adalah pendekatan skala yang digunakan. Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), kurang setuju (3), setuju (4), dan sangat setuju (5) adalah skor penilaian yang menunjukkan tingkat persetujuan, yang biasanya diwakili oleh pernyataan yang berada di kisaran sangat positif sampai sangat negatif. Untuk penilaian mereka, responden diinstruksikan untuk mencentang kotak atau melingkari nomor pilihan ganda pada tabel.

Tabel 3. 4 Skala Likert

No	Notasi	Pertanyaan	Bobot
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	KS	Kurang Setuju	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Juliandi et al., 2014)

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program computer yaitu SPSS for *windows* dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid.

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel (X) dan variabel (Y)

n = Banyaknya pasangan pengamatan

Σx = Jumlah pengamatan variabel X

Σy = Jumlah pengamatan variabel Y

(Σx^2) = Jumlah kuadrat pengamatan variabel X

(Σy^2) = Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\Sigma x)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel X

$(\Sigma y)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$(\Sigma x y)$ = Jumlah hasil kali variabel X dan Y

Kinerja penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitasnya yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig 2- tailed $<$ α 0,05).
2. Terima H_0 jika probabilitas yang dihitung $>$ nilai probabilitas yang diterapkan sebesar 0,05 (sig 2-tailed $>$ α 0,05).

Tabel 3. 5Uji Validitas Instrumen Variabel

Item Pertanyaan	r - hitung	sig2- tailed	r- tabel	keterangan
Perilaku konsumtif				
X1	0,590	<0,001	0,207	Valid
X2	0,609	<0,001	0,207	Valid
X3	0,763	<0,001	0,207	Valid
X4	0,762	<0,001	0,207	Valid
X5	0,697	<0,001	0,207	Valid
X6	0,492	<0,001	0,207	Valid
X7	0,498	<0,001	0,207	Valid
X8	0,447	<0,001	0,207	Valid
Literasi Keuangan				
X1	0,845	<0,001	0,207	Valid
X2	0,706	<0,001	0,207	Valid
X3	0,538	<0,001	0,207	Valid
X4	0,700	<0,001	0,207	Valid
X5	0,761	<0,001	0,207	Valid
X6	0,772	<0,001	0,207	Valid
X7	0,646	<0,001	0,207	Valid
X8	0,387	<0,001	0,207	Valid
Gaya Hidup				
X1	0,698	< 0,001	0,207	Valid
X2	0,524	< 0,001	0,207	Valid
X3	0,713	< 0,001	0,207	Valid
X4	0,672	< 0,001	0,207	Valid
X5	0,51	< 0,001	0,207	Valid
X6	0,446	< 0,001	0,207	Valid
X7	0,421	< 0,001	0,207	Valid
X8	0,522	< 0,001	0,207	Valid
Penggunaan <i>E - Money</i>				
X1	0,644	< 0,001	0,207	Valid
X2	0,627	< 0,001	0,207	Valid
X3	0,688	< 0,001	0,207	Valid
X4	0,591	< 0,001	0,207	Valid
X5	0,496	< 0,001	0,207	Valid
X6	0,537	< 0,001	0,207	Valid
X7	0,325	< 0,001	0,207	Valid
X8	0,543	< 0,001	0,207	Valid

3.5.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian merupakan instrument yang dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang dapat dipercaya maka hasil penelitian memiliki kepercayaan yang tinggi (Juliandi et al., 2014).

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*.

$$r = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

σ^2 = Varians Total

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

Adapun kriteria pengujiannya untuk menetapkan kedalam katagori reliable adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* > 0,6 maka instrumennya reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* < 0,6 maka instrumennya tidak reliabel atau terpercaya.

Tabel 3. 6 Uji Realibilitas

No	variabel	cronbach's alpha	keterangan
1	Perilaku Konsumtif (Y)	0,731	Reliabel
2	Literasi Keuangan (X1)	0,820	Reliabel
3	Gaya Hidup (X2)	0,651	Reliabel
4	Penggunaan E - Money (X3)	0,611	Reliabel

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik Analisis data dimanfaatkan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan menjawab setiap rumusan masalah yang ada. Berikut adalah teknik analisis data yang akan diterapkan dalam penelitian ini.

3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun alat uji statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan program SPSS. Bentuk regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Perilaku Pengelolaan Keuangan

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1, X_2, X_3 = Variabel (Literasi Keuangan, Fintech Payment, Kontrol Diri)

e = Error (kesalahan model)

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menanalisis model regresi yang digunakan pada penelitian adalah model yang terbaik. Jika hasilnya baik, maka layak digunakan sebagai rekomendasi untuk tujuan pemecahan masalah praktis (Juliandi et al., 2014). Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian kuantitatif, uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa model regresi, variabel dependen dan variabel independen yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak normal. Ketentuan pengujian, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Teknik Kolmogorov Smirnov digunakan untuk uji normalitas, kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data termasuk normal apabila nilai Kolmogorov Smirnov adalah tidak signifikan atau $> 0,05$ (Juliandi et al., 2014)

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diuji untuk mengetahui apakah terdapat korelasi diantara variabel bebas dalam model regresi. Jika nilai VIF < 10 dan nilai Toleran $> 0,1$ maka dapat disimpulkan dari variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak sama dimodel regresi.

Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk seperti suatu pola yang teratur, maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas

3.6.3 Uji Hipotesis

3.6.3.1 Uji f (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Uji f digunakan untuk menentukan seluruh variabel bebas yang dimasukan ada model regresi secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, uji f berfungsi menguji hipotesis simultan untuk mengukur Literasi Keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e – money* secara serentak memengaruhi perilaku konsumtif. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variable dependendan sebaliknya. Uji F digunakan untuk membuktikan ada pengaruh variabel independen terhadap variable dependen secara simultan.

Untuk menguji signifikan hubungan digunakan rumus uji F sebagai berikut:

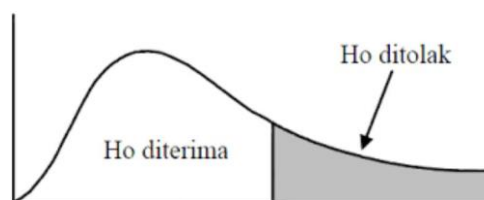
$$F = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan: F_h = Nilai F hitung

R = Koefisien koreksi ganda

K = Jumlah variable independent

N = Jumlah sampel



Gambar 3. 1 Kriteria pengujian hipotesis uji - F

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan uji F (simultan) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti ada Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, yang berarti tidak ada pengaruh antara Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif.

3.6.3.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen X_1, X_2 dan X_3 terhadap variabel dependen Y . Dalam penelitian ini, uji t berfungsi untuk menguji hipotesis parsial yaitu apakah satu variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada, jika nilai t hitung > nilai t tabel dengan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel independen.

Untuk menguji signifikan hubungan digunakan rumus uji statistik t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelas

n = Jumlah anggota sampel



Gambar 3. 2 Kriteria Pengujiann Hipotesis Uji - t

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan uji t (parsial) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup dan kualitas penggunaan *e - money* terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang berarti tidak ada pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup dan kualitas penggunaan *e - money* terhadap perilaku konsumtif.

3.6.3.3 Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi variable bebas dengan variabel terikat

100% = Persentase Kontribusi

BAB 4

HASIL DAN PENELITIAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 8 pernyataan untuk variabel Literasi Keuangan (X1), 8 pernyataan untuk variabel Gaya Hidup (X2), 8 pernyataan untuk variabel Penggunaan *E – Money* (X3) dan 8 pernyataan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y). Angket ini disebarakan kepada 90 Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk sebagai responden dari penelitian ini dengan menggunakan metode Skala Likert dengan 5 pernyataan yang mana memiliki skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Dibawah ini merupakan data penulisan yang dideskripsikan melalui penyebaran angket yang telah diuji.

4.1.2. Karakteristik Responden

Berikut ini merupakan hasil deksripsi karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, dan program studi

4.1.2.1. Usia Responden

Tabel 4. 1 Responden

Usia					
NO	Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	18 - 21	43	47,8	47,8	47,8
2	22 - 25	47	52,2	52,2	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengeloaan Data SPSS (2026)

Berdasarkan data karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui bahwa dari total 90 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebagian besar responden berada pada rentang usia 22 – 25 tahun yaitu sebanyak 47 orang atau sebesar 52,5%. Selanjutnya responden yang berusia 18 – 21 tahun berjumlah 43 orang atau sebesar 47,8%, maka dapat ditarik kesimpulan mayoritas responden pada penelitian penulis berusia 22 – 25 tahun.

4.1.2.2. Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Responden Jenis kelamin

Jenis Kelamin					
NO	JK	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	Laki - Laki	36	40,0	40,0	40,0
2	Perempuan	54	60,0	60,0	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Pengelolaan data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel jenis kelamin (JK), dari 90 responden, sebanyak 54 orang (60%) adalah perempuan dan 36 orang (40%) laki-laki. Persentase valid yang sama dengan persentase total menunjukkan tidak adanya data yang hilang. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

4.1.2.3. Pendapatan

Tabel 4. 3 Responden Pendapatan

Pendapatan					
NO	Pendapatan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	<1.000.000	29	32,2	32,2	32,2
2	>4.000.000	10	11,1	11,1	43,3
3	1.000.000 - 2.000.000	29	32,2	32,2	75,6
4	2.000.000 - 3.000.000	16	17,8	17,8	93,3
5	3.000.000 - 4.000.000	6	6,7	6,7	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengelolaan data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi, terlihat bahwa responden dengan pendapatan di bawah Rp1.000.000 serta pada rentang Rp1.000.000–Rp2.000.000 masing-masing berjumlah 29 orang (32,2%), sedangkan responden dengan pendapatan di atas Rp4.000.000 berjumlah 10 orang (11,1%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pendapatan rendah hingga menengah, yang kemungkinan turut memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif dalam penelitian ini.

4.1.2.4. Prodi

Tabel 4. 4 Responden Prodi

Program Studi					
NO	Prodi	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	Akutansi	21	23,3	23,3	23,3
2	Ekonomi Pembangunan	6	6,0	6,0	30,0
3	Manajemen	63	63,0	63,0	100,0
Total		90	100,0	100,0	

Sumber : Hasil pengolahan data SPPS (2026)

Berdasarkan tabel distribusi, diketahui bahwa dari total 90 responden, mayoritas berasal dari Program Studi Manajemen sebanyak 63 orang (70%). Selanjutnya, responden dari Program Studi Akuntansi berjumlah 21 orang (23,3%), dan Ekonomi Pembangunan sebanyak 6 orang (6,7%), dan Pajak sebanyak. Persentase valid yang sama dengan persentase total menunjukkan tidak adanya data yang hilang. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa Program Studi Manajemen.

4.1.3. Presentasi Jawaban Responden

Tabel 4. 5 Skala Likert

ITEM	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Setuju	1

4.1.3.1. Presentasi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif

Berikut ini merupakan nilai-nilai frekuensi dari variabel perilaku konsumtif yang dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4. 6 Skor angket Perilaku Konsumtif

NO	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	6,7	44	48,9	22	24,4	13	14,4	5	5,6	90	100
2	5	5,6	63	70	14	15,6	7	7,8	1	1,1	90	100
3	9	10	20	22,2	37	41,1	20	22,2	4	4,4	90	100
4	8	8,9	17	18,9	15	16,7	46	51,1	4	4,4	90	100
5	10	11,1	18	20	47	52,2	11	12,2	4	4,4	90	100
6	13	14,4	58	64,4	58	64,4	7	7,8	1	1,1	90	100
7	12	13,3	27	30	16	17,8	13	14,4	22	24,4	90	100
8	25	27,8	35	38,9	12	13,3	9	10	9	10	90	100

Sumber : Hasil pengelolaan data SPSS (2026)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang *Saya cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 44 orang atau sebesar 48,9%.
- 2) Jawaban responden tentang *Saya terdorong untuk segera membeli barang ketika melihat sesuatu yang menarik*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 63 orang atau sebesar 70%.
- 3) Jawaban responden tentang *Saya melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan manfaat barang secara optimal*, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 37 orang atau sebesar 41,1%.
- 4) Jawaban responden tentang *Saya tetap melakukan pembelian meskipun barang tersebut tidak termasuk kebutuhan utama*, sebagian besar menjawab tidak setuju sebanyak 46 orang atau sebesar 51,1%.

- 5) Jawaban responden tentang *Saya cenderung mengeluarkan uang untuk hal-hal yang bukan menjadi prioritas utama*, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 47 orang atau sebesar 52,2%.
- 6) Jawaban responden tentang *Saya merasa pengeluaran saya sering kali melebihi kebutuhan yang sebenarnya*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 58 orang atau sebesar 64,4%.
- 7) Jawaban responden tentang *Saya melakukan pembelian karena dipengaruhi oleh kebiasaan konsumsi di lingkungan sekitar*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 27 orang atau sebesar 30%.
- 8) Jawaban responden tentang *Saya melakukan pembelian untuk memenuhi kepuasan pribadi*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 35 orang atau sebesar 38,9%.

4.1.3.2. Presentasi Jawaban Responden Variabel Literasi Keuangan

Berikut ini merupakan nilai-nilai frekuensi dari variabel literasi keuangan yang dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Skor angket Literasi Keuangan

NO	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	5	5,6	24	26,7	12	13,3	43	47,8	6	6,7	90	100
2	9	10	16	17,8	54	60	7	7,8	4	4,4	90	100
3	8	8,9	64	71,1	6	6,7	11	12,2	1	1,1	90	100
4	16	32,2	29	32,2	11	12,2	26	28,9	8	8,9	90	100
5	13	14,4	25	27,8	10	11,1	40	44,4	2	2,2	90	100
6	16	17,8	21	23,3	6	6,7	11	12,2	36	40	90	100
7	14	15,6	28	31,1	31	34,4	15	16,7	2	2,2	90	100
8	31	34,4	32	35,6	11	12,2	14	35,6	2	34,4	90	100

Sumber : Hasil pengelolaan data SPSS (2026)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang Saya memahami pentingnya membuat serta mencatat anggaran pemasukan dan pengeluaran bulanan secara teratur sebagai dasar pengelolaan keuangan pribadi, sebagian besar menjawab tidak setuju sebanyak 43 orang atau sebesar 47,8%.
- 2) Jawaban responden tentang Saya mampu mengelola keuangan dengan mempertimbangkan perbedaan antara kebutuhan utama dan keinginan dalam penggunaan uang sehari-hari, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 54 orang atau sebesar 60%.
- 3) Jawaban responden tentang Saya memahami bahwa kebiasaan menabung secara rutin merupakan dasar dalam menjaga stabilitas keuangan, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 64 orang atau sebesar 71,1%.
- 4) Jawaban responden tentang Saya menyadari pentingnya memiliki dana cadangan untuk kebutuhan mendesak, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 32,2%.
- 5) Jawaban responden tentang Saya memahami bahwa penggunaan pinjaman atau utang dapat menimbulkan beban keuangan jika tidak dikelola dengan baik, sebagian besar menjawab tidak setuju sebanyak 40 orang atau sebesar 44,4%.
- 6) Jawaban responden tentang Saya mengetahui pentingnya mempertimbangkan kemampuan finansial serta risiko sebelum mengambil pinjaman, sebagian besar menjawab sangat tidak setuju sebanyak 36 orang atau sebesar 40%.

- 7) Jawaban responden tentang Saya memahami pengertian serta jenis-jenis instrumen investasi, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 31 orang atau sebesar 34,4%.
- 8) Jawaban responden tentang Saya mengetahui bahwa setiap instrumen investasi memiliki tingkat risiko dan potensi keuntungan yang berbeda, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 32 orang atau sebesar 35,6%.

4.1.3.3. Presentasi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup

Berikut ini merupakan nilai-nilai frekuensi dari variabel gaya hidup yang dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4. 8 Skor angket Gaya Hidup

Alternatif Jawaban												
NO	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	10	24	26,7	35	38,9	14	15,6	8	8,9	90	100
2	6	6,7	63	70	14	15,6	6	6,7	1	1,1	90	100
3	6	6,7	29	32,2	48	53,3	6	6,7	1	1,1	90	100
4	10	11,1	22	24,4	24	26,7	30	33,3	4	4,4	90	100
5	11	12,2	61	67,8	10	11,1	7	7,8	1	1,1	90	100
6	25	27,8	27	30	16	17,8	13	14,4	9	10	90	100
7	12	13,3	31	34,4	21	23,3	7	7,8	19	21,1	90	100
8	12	13,3	59	65,6	14	15,6	3	3,3	2	2,2	90	100

Sumber : Hasil pengelolaan data SPSS 2026

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang *Saya sering menghabiskan waktu luang di tempat seperti café, mall, atau tempat hiburan lainnya*, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 35 orang atau sebesar 38,9%.
- 2) Jawaban responden tentang *Saya terbiasa melakukan aktivitas yang melibatkan pengeluaran uang dibandingkan kegiatan produktif*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 63 orang atau sebesar 70%.

- 3) Jawaban responden tentang *Saya memiliki ketertarikan terhadap produk-produk yang sedang tren*, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 48 orang atau sebesar 53,3%.
- 4) Jawaban responden tentang *Saya cenderung tertarik pada barang yang memiliki tampilan menarik atau bermerek*, sebagian besar menjawab tidak setuju sebanyak 30 orang atau sebesar 33,3%.
- 5) Jawaban responden tentang *Saya berpendapat bahwa penampilan yang menarik penting untuk menunjang kepercayaan diri*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 61 orang atau sebesar 67,8%.
- 6) Jawaban responden tentang *Saya merasa perlu mengikuti tren agar tidak dianggap ketinggalan zaman*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 27 orang atau sebesar 30%.
- 7) Jawaban responden tentang *Saya beranggapan bahwa gaya hidup mencerminkan status sosial*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 31 orang atau sebesar 34,4%.
- 8) Jawaban responden tentang *Saya percaya bahwa memiliki barang tertentu dapat meningkatkan rasa percaya diri*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 59 orang atau sebesar 65,6%.

4.1.3.4. Presentasi Jawaban Responden Penggunaan E – Money

Berikut ini merupakan nilai-nilai frekuensi dari variabel penggunaan *e – money* yang dirangkum pada tabel berikut :

Tabel 4. 9 Skor angket Penggunaan E - Money

Alternatif Jawaban												
NO	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	11,1	64	71,1	7	7,8	5	5,6	4	4,4	90	100
2	5	5,6	31	34,4	48	53,3	6	6,7	0	0	90	100
3	9	10	64	71,1	13	14,4	4	4,4	0	0	90	100
4	14	15,5	29	32,2	24	26,7	21	23,3	2	2,2	90	100
5	33	36,7	21	23,3	20	22,2	15	16,7	1	1,1	90	100
6	14	15,6	26	28,9	14	15,6	9	10	27	30	90	100
7	42	46,7	29	32,2	9	10	4	4,4	6	6,7	90	100
8	16	17,8	63	70	7	7,8	4	4,4	0	0	90	100

Sumber : Hasil pengelolaan data SPSS 2026

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang *Saya cukup sering menggunakan e-money dalam melakukan transaksi sehari-hari*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 64 orang atau sebesar 71,1%.
- 2) Jawaban responden tentang *Saya lebih memilih menggunakan e-money dibandingkan uang tunai*, sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 48 orang atau sebesar 53,3%.
- 3) Jawaban responden tentang *Saya merasa penggunaan e-money memudahkan dalam melakukan pembayaran*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 64 orang atau sebesar 71,1%.
- 4) Jawaban responden tentang *Saya menilai transaksi menggunakan e-money lebih praktis dan efisien*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 32,2%.
- 5) Jawaban responden tentang *Saya tertarik menggunakan e-money karena adanya promo seperti diskon atau cashback*, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang atau sebesar 36,7%.

- 6) Jawaban responden tentang *Saya cenderung meningkatkan penggunaan e-money ketika terdapat program promo*, sebagian besar menjawab sangat tidak setuju sebanyak 27 orang atau sebesar 30%.
- 7) Jawaban responden tentang *Saya terdorong menggunakan e-money karena kebiasaan di lingkungan sekitar*, sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang atau sebesar 46,7%.
- 8) Jawaban responden tentang *Saya merasa aman menggunakan e-money karena adanya sistem perlindungan*, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 63 orang atau sebesar 70%.

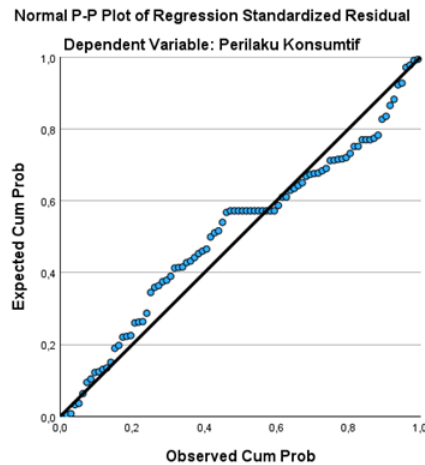
4.1.4. Model Regresi

4.1.4.1. Uji Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan pengujian asumsi klasik karena model analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Asumsi klasik tersebut meliputi beberapa jenis pengujian yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi yang terdiri dari:

1) Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data atau nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini penting dilakukan karena salah satu asumsi dalam analisis regresi adalah data harus berdistribusi normal agar hasil analisis dapat memberikan kesimpulan yang akurat. Jika data terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi dapat dipertimbangkan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4. 1 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas melalui grafik Normal P-P Plot, terlihat bahwa titik-titik data cenderung berada di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis tersebut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money telah memenuhi asumsi normalitas terhadap variabel Perilaku Konsumtif.

2) Uji Multikolenieritas

Berikut ini merupakan hasil uji multikolenieritas yang diuji menggunakan SPSS yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolenieritas

Model		Coefficient ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig	Tolerance	Vif
		B	Std Error	Beta				
1	(Constant)	-4,207	2,188		-1,92	0,058		
	Literasi Keuangan	-0,136	0,060	-0,168	-2,25	0,027	0,623	1,606
	Gaya Hidup	-0,505	0,087	0,444	5,801	<	0,588	1,701
	Penggunaan E - Money	0,699	0,097	0,589	7,208	<	0,517	1,934

a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif

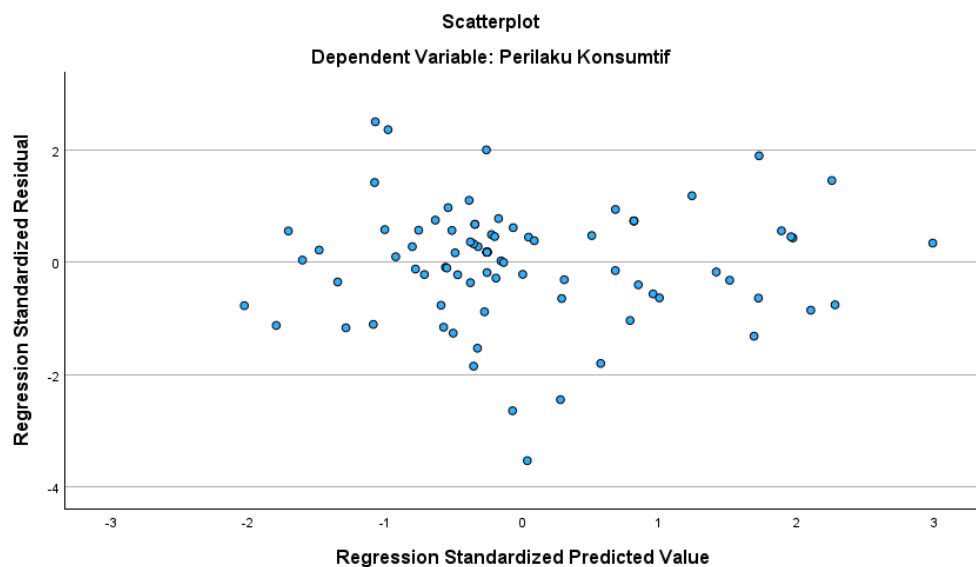
Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel Coefficients di IBM SPSS Statistics, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,623 dan VIF sebesar 1,606, variabel Gaya Hidup memiliki nilai Tolerance sebesar 0,588 dan VIF sebesar 1,701, serta variabel Penggunaan E-Money memiliki nilai Tolerance sebesar 0,517 dan VIF sebesar 1,934.

Seluruh variabel independen menunjukkan nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3) Uji Heterokedastisitas

Berikut ini merupakan hasil uji heterokedastisitas yang diuji dengan menggunakan SPSS yang disajikan dalam bentuk gambar:



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan pada gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model memenuhi syarat asumsi klasik

4.1.4.2. Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Coefficient				
		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	-4,207	2,188		-1,92	0,058
	Literasi Keuangan	-0,136	0,060	-0,168	-2,25	0,027
	Gaya Hidup	-0,505	0,087	0,444	5,801	< 0,001
	Penggunaan E - Money	0,699	0,097	0,589	7,208	< 0,001

a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai nilai sebagai berikut:

- Konstantan (α) : - 4,027
- Literasi Keuangan (β_1) : - 0,136
- Gaya Hidup (β) : 0,505
- Penggunaan *E – Money* : 0,699

Hal tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linear Berganda sehingga diketahui persamaan sebagai berikut :

$$Y = - 4,027 - 0,136X_1 + 0,505X_2 + 0,699X_3$$

Keterangan :

- 1) Nilai konstanta sebesar $-4,207$ menunjukkan bahwa jika variabel independen (Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money) bernilai nol, maka nilai Perilaku Konsumtif sebesar $-4,207$.
- 2) Koefisien regresi Literasi Keuangan sebesar $-0,136$ menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin baik literasi keuangan maka perilaku konsumtif akan menurun.
- 3) Koefisien regresi Gaya Hidup sebesar $0,505$ menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup maka perilaku konsumtif akan meningkat.
- 4) Koefisien regresi Penggunaan E-Money sebesar $0,699$ juga menunjukkan bahwa Penggunaan E-Money memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penggunaan e-money, maka perilaku konsumtif konsumen juga akan semakin meningkat.

4.1.4.3 Pengujian Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Untuk uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak

terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan ;

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah anggota sampel

kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

a) H0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{table}$ atau $-t_{hitung} > t_{table}$ pada $\alpha = 5\%$. Df =

n - k

b) H0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{table}$ atau $-t_{hitung} < t_{table}$

Berdasarkan hasil data pengolahan data dengan spss versi 30.00 maka diperoleh

hasil uji statistic t sebagai berikut :

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

Model		Coefficient				
		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	-4,207	2,188		-1,92	0,058
	Literasi Keuangan	-0,136	0,060	-0,168	-2,25	0,027
	Gaya Hidup	-0,505	0,087	0,444	5,801	< 0,001
	Penggunaan E - Money	0,699	0,097	0,589	7,208	< 0,001

a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif

sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

a) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai t hitung literasi keuangan sebesar -2,253, maka diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $-2,253 > 1,661$ (dilihat dari nilai absolut) dan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun arah pengaruhnya adalah negatif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, maka perilaku konsumtif cenderung menurun.

b) Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai t hitung gaya hidup sebesar 5,801, maka diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $5,801 > 1,661$ dan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup, maka perilaku konsumtif semakin meningkat.

c) Pengaruh Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai t hitung penggunaan e-money sebesar 7,208, maka diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $7,208 > 1,661$ dan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel penggunaan e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hal ini

menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-money, maka perilaku konsumtif juga semakin meningkat.

2) Uji F (Simultan)

Uji F atau juga disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu brand image, kualitas produk dan persepsi harga untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Berdasarkan pengolahan data menggunakan software SPSS versi 30.00, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	t	F	Sig
1	Regression	1547,916	3	515,972	68,054	< 0,001
	Residual	652,039	86	7,582		
	Total	2199,956	89			
a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif						
b. Predictors : (Contans), Penggunaan E - Money, Literasi Keuangan, Gaya Hidup						

sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *fhitung* adalah 68,054 sedangkan nilai signifikansi (sig.) adalah < 0,001.

Adapun kriteria pengujian hipotesis dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

2. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan tabel terlihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 68,054. Dengan tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$), uji dua pihak, serta derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 90 - 3 - 1 = 86$, maka diperoleh F tabel sebesar 2,71. Karena F_{hitung} (68,054) > F tabel (2,71), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah $< 0,001$, sedangkan taraf signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05. Karena $Sig < 0,05$, maka H_0 ditolak. Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif.

4.1.4.4. Koefisien Determinasi (R-Square)

koefisien determinasi pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. cara lain untuk melihat kesesuaian modeln regresi linear yaitu dengan mengukur kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil output SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.14. dibawah ini.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	Regression	0,839 ^a	0,704	0,693	2,754
a. Predictors : (Constan), Penggunaan E - Money, Literasi Keuangan, Gaya Hidup					
b. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif					

sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS (2026)

Determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif, maka dapat diketahui melalui uji determinasi.

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi menggunakan IBM SPSS Statistics, dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,839 atau 83,9%, yang berarti hubungan antara variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif termasuk dalam kategori sangat kuat.

Nilai R Square sebesar 0,704 atau 70,4% menunjukkan bahwa sebesar 70,4% variabel Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money, sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Selain itu, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2,754 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan dalam memprediksi variabel Perilaku Konsumtif tergolong kecil. Hal ini berarti bahwa model regresi yang digunakan memiliki tingkat ketepatan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku

Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Semakin kecil nilai Standard Error of the Estimate, maka semakin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Peilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai t hitung sebesar -2,253 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Sinarwati, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap konsumtif mahasiswa, Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin rendah. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan akan cenderung meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sudiro & Asandimitra, 2022) dalam penelitiannya juga menunjukkan hasil yang sama yaitu literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap konsumtif mahasiswa, maka semakin tinggi *financial literacy* berdampak pada turunnya tingkat perilaku konsumtif dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Sustiyo, 2020) (Hidayat et al., 2025) (A. F. Lestari & Sri, 2024), dan (Susilowati et al., 2025) yang

dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang berlawanan arah antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan akan cenderung meningkatkan perilaku konsumtif.

Selain itu, signifikansi pengaruh tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif tidak terjadi secara kebetulan, melainkan telah terbukti secara statistik dan dapat dipercaya. Dengan demikian, literasi keuangan memiliki peran penting dalam membantu individu mengelola keuangan secara bijak, terutama dalam mengendalikan perilaku konsumsi agar lebih rasional dan berdasarkan prioritas kebutuhan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan, seperti membuat perencanaan anggaran, mengatur pengeluaran, memahami pentingnya menabung, serta mempertimbangkan risiko dalam penggunaan utang maupun investasi. Kemampuan ini sangat penting bagi mahasiswa dalam mengontrol perilaku konsumsi agar tidak berlebihan.

Berdasarkan hasil jawaban responden, terlihat bahwa sebagian mahasiswa sudah memahami pentingnya menabung dan konsep dasar investasi. Namun, masih terdapat responden yang belum terbiasa membuat anggaran keuangan serta kurang memahami pengelolaan utang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi

keuangan mahasiswa masih perlu ditingkatkan agar mampu mengelola keuangan secara lebih optimal.

4.2.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y), yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 5,801 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,001$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Sinarwati, 2023) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sehingga semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Ketika gaya hidup mahasiswa meningkat, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat, artinya semakin mewah gaya hidup mahasiswa akan meningkatkan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya, jika menurunnya gaya hidup mahasiswa maka menurun pula pola perilaku konsumtif mahasiswa

Penelitian yang dilakukan oleh (Mulya Sari et al., 2023) gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, Artinya, semakin baik gaya hidup mahasiswa maka perilaku konsumtif semakin baik dalam perkembangannya. Hasil ini menunjukkan bahwa Gaya hidup yang berlebihan atau mengikuti *tren* maka akan ditakutkan akan mengalami kesulitan ekonomi untuk

pengelolaan keuangan dimasa depan. Oleh sebab itu setiap individu harus bisa menyamaratakan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangan agar terhindar terjadinya perilaku konsumtif yang akan merugikan.

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nengsih et al., 2024), (Monaliosa & Mutia, 2025), dan (Yosfenia & Suhaji, 2025) yang dimana dalam penelitian mereka mengatakann gaya hidup beperngaruh positif dan signifikan terhadap perilkau konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin sederhana gaya hidup yang dimiliki, maka perilaku konsumtif cenderung lebih rendah.

Pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif tidak terjadi secara kebetulan, melainkan telah terbukti secara statistik. Dengan demikian, gaya hidup menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumsi individu, terutama dalam mendorong keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak bersifat prioritas, seperti mengikuti tren, gaya hidup modern, dan tuntutan sosial.

Gaya hidup menggambarkan pola kehidupan seseorang yang tercermin melalui aktivitas sehari-hari, minat, serta pandangan yang dimiliki, khususnya dalam hal penggunaan waktu dan pengeluaran. Individu dengan gaya hidup yang tinggi umumnya lebih terdorong untuk mengikuti perkembangan tren, memperhatikan penampilan, serta terlibat dalam berbagai aktivitas yang membutuhkan biaya lebih besar.

Berdasarkan tanggapan responden, sebagian besar mahasiswa menganggap bahwa penampilan memiliki peran penting dalam meningkatkan rasa percaya diri, dan aktivitas yang mereka lakukan seringkali berkaitan dengan pengeluaran. Selain itu, terdapat pula kecenderungan untuk mengikuti tren serta mengaitkan gaya hidup dengan tingkat status sosial.

Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mendorong munculnya perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan gaya hidup yang tinggi cenderung melakukan pembelian tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi keinginan serta mempertahankan citra diri.

4.2.3. Pengaruh Penggunaan *E – Money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Penggunaan E-Money (X3) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y), yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 7,208 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,001$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-money memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin sering mahasiswa menggunakan e-money, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga akan meningkat.

Penggunaan e-money merupakan bagian dari perkembangan teknologi di bidang sistem pembayaran yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi. Hal ini sejalan dengan hasil tanggapan responden, dimana sebagian besar mahasiswa menyatakan bahwa e-money mempermudah

aktivitas pembayaran sehari-hari serta memberikan keuntungan tambahan seperti diskon dan cashback.

Di samping itu, tingginya penggunaan e-money juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang telah terbiasa dengan transaksi digital, sehingga mendorong individu untuk lebih sering menggunakannya. Kemudahan tersebut pada akhirnya membuat pengguna cenderung kurang memperhatikan jumlah pengeluaran yang dilakukan.

Oleh karena itu, penggunaan e-money dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya perilaku konsumtif, karena kemudahannya mampu mengurangi kontrol dalam pengeluaran serta meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian secara spontan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yosfenia & Suhaji, 2025), (Aldo et al., 2025) dan (Mz et al., 2025) hasil dari penelitian menunjukan adanya pengaruh positif dan signifikan penggunaan *e – money* terhadap perilaku konsumtif.

4.2.4. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Penggunaan *E – Money* Secara simultan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Penggunaan E-Money (X3) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai F hitung sebesar 68,054 dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan kombinasi dari berbagai faktor, seperti kemampuan dalam mengelola keuangan, pola gaya hidup, serta kemudahan dalam melakukan transaksi.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,704 menunjukkan bahwa sebesar 70,4% perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan E-Money, sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hal ini berarti bahwa literasi keuangan berperan sebagai faktor pengendali dalam menekan perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup dan penggunaan e-money menjadi faktor pendorong meningkatnya perilaku konsumtif. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sandy & Syam, 2025), (Mengga et al., 2023) dan (Mengga et al., 2023) hasil penelitian menunjukkan bahwasannya literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan *e-money* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai thitung variabel literasi keuangan sebesar -2,253 (dilihat dari nilai absolut 2,253) lebih besar dari ttabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.
2. Nilai thitung variabel gaya hidup sebesar 5,801 lebih besar dari ttabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka semakin meningkat perilaku konsumtifnya.
3. Nilai thitung variabel penggunaan e-money sebesar 7,208 lebih besar dari ttabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin sering mahasiswa menggunakan e-money, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtifnya.

4. Nilai Fhitung sebesar 68,054 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,71 dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

5.2. Saran

1. Mahasiswa diharapkan meningkatkan literasi keuangan, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan, perencanaan pengeluaran, serta pemahaman risiko keuangan, agar mampu mengendalikan perilaku konsumtif.
2. Mahasiswa disarankan untuk lebih bijak dalam menjalani gaya hidup, tidak berlebihan dalam mengikuti tren, dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian.
3. Penggunaan e-money sebaiknya dilakukan secara bijak dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tidak mudah terpengaruh oleh promosi, diskon, maupun kemudahan transaksi yang dapat memicu pembelian impulsif.
4. Untuk penelitian selanjutnya di harapkan dapat lebih memperluas penelitian yang belum dimasukkan dalam penelitian ini, karena kemungkinan masih banyak lagi hal-hal yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga jawaban responden bersifat subjektif dan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi sebenarnya.
2. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya sebanyak 90 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan e-money, sehingga masih terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif dan belum dikaji dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSAKA

- A, A. H., Umi, W., & Noviarini, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 422–437.
- Abdullah, D., Kurnadu, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akutansi Kompetitif*, 5(1).
- Abdullah, M. N. F., & Suja, I. S. (2022). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 8(September), 72–84.
- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Respati, D. K. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Viona. *Ekopida : Jurnal Ilmiah*, 1(3), 820–835.
- Agustian, M., Setiawati, R., & Ihsan, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Literasi Keuangan dan e-Money terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Univeristas Batanghari Jambi*, 25(1), 193–202. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5785>
- Aldo, M., Hilal, N., & Parmita, R. (2025). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Minat Menabung Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Abdul Azis Lamadjido. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(9), 5916–5920. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i9.8642>
- Alfadhilla, T., Hadi, H., Pratama, M. I. T., & Nasution, D. P. (2024). EFEKTIVITAS PEMAKAIAN E-MONEY DALAM MENDUKUNG SISTEM PEMBAYARAN DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 42–48.
- Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN GAYA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI TULUNGAGUNG. *Jurnal Economina*, 2(8), 2019–2035.
- Anita, T., & Hidayah, N. E. F. (2024). Pengaruh Lifestyle, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Di Surakarta. *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 9(2), 194–204.
- Aprilian, R. I., & Anggita, W. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA AKUNTANSI DI UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG. *Indonesian Journal Of Accounting and Business (IJAB)*, 6(0717), 61–70.
- Apriliani, R. (2024). *Literasi keuangan Berbasis Teknologi Digital*. CV. Literasi

Nusantara Abadi.

- Arianti, B. F. (2022). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasi)* (W. Kurniawan (ed.)). CV. Pena Persada.
- Arif, N. Al, & Imsar. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi Nabil. *Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 1–24.
<https://doi.org/10.47476/manageria.v4i1.2293>
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92–102.
- Asari, A., Munir, M., Gustini, S., Siagian, V., Rasjid, H., Fauzah, S. I., Pristiana, U., & Abdurohim. (2023). *Literasi keuangan*. Madza Media.
- Astuti, R., Tanjung, H., & Putri, L. P. (2019). The Effect of Financial Literation on Online Shopping Interest in Millennials. *International Journal Of Accounting & Finance in Asia Pasific (IJAFAB)*, 2, 41–45.
- Aulia, W., Jaelani, A., & Faozi, M. M. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN E-MONEY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN PARKIR DI CSB MALL KOTA CIREBON. *Jurnal Ekonomi - Qu*, 15, 22–34.
- Bilal, M., Rasyid, A., & Fahrullah, A. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN DEBIT CARD DAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(2), 111–122.
- Daliyah, R., & Patrikha, F. D. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMSI PENGGUNA APLIKASI E-MONEY UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*, 8(3).
- Darsono, susilo nur aji cokro, Rizarda, M., & M. johari, S. (2025). *Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa : Gaya Hidup , Sosial , dan Motivasi Hedonisme*. 9(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- Dewi, L. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 5(32), 1–19.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dilasari, Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA SUBANG. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 02, 56–77.
- Fatmawatie, N. (2022). *E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF*.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). PERILAKU KONSUMTIF

GENERASI Z PADA MASA PANDEMI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah , UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Islamis Economics Review Journal*, 01(01), 1–15.

- Hadisantoso, E., Dharmawati, T., Asdar, M., Saehu, M. S., & Sulfian. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) PADA APLIKASI OVO (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Halu Oleo). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(01), 140–151.
- Halik, J. B., Halik, M. Y., Latiep, I. F., Irdawati, & Balaba, E. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN UANG SAKU MAHASISWA DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA PAULUS MAKASSAR. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 5(1), 51–67.
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 09(01), 73–89.
- Hidayat, A., Janwar, W., & Ambo, A. (2025). PERAN LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS FAMIKA AR. *Nobel Management Review*, 6(2), 164–176.
- Insana, D. R. M. I., & Johan, S. R. (2020). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS INDRAPRASTA PGRI. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(2), 209–224.
- Jagaddhita, I. K. E. S., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). TINJAUAN LITERATUR: IMPLEMENTASI PENGGUNAAN E-MONEY SEBAGAI PENDUKUNG CASHLESS SOCIETY DI INDONESIA. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(2), 9–20.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (F. Zulkarnain (ed.)). umsu pres.
- Julita, E., B. I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 8(03), 2953–2957.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MODERNITAS INDIVIDU, UANG SAKU DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI S1 PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN TAHUN 2016 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jpe)*, 12(1), 61–71.
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). PERILAKU KONSUMTIF

MAHASISWA: SEBERAPA BESAR PERAN FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, E-MONEY, DAN SELF CONTROL? *Edunomika*, 06(02), 1–11.

- Lalyta, W., & Susanti, R. (2025). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN E-WALLET DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 254–264.
- Lestari, A. F., & Sri, S. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA Atika. *Jurnal Pengembangan Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 130–133.
- Lestari, D., Ilato, R., Ardiansyah, Hafid, R., Mahmud, M., & Alwi, N. M. (2023). Pengaruh Kecakapan Hidup (life skill) Dan Gaya Hidup (life style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa. *JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1).
- Lukiani, E. R. M., Rizka, A. N., Afandi, T. Y., Arifin, Z., Surindra, B., & P, E. W. (2021). PENGARUH INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 1(1), 1–7.
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI PPAPK FKIP UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10.
- Maharani, A., & Rosandi, F. H. (2023). HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI (SELF-IMAGE) DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA YANG BERBELANJA DI SHOPEE. *Jurnal Psimawa*, 6(2), 81–86.
- Mangga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, E-MONEY, GAYA HIDUP DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA TORAJA. *Jurnal Riset Akuntansi (JURA)*, 1(1), 36–50.
- Monaliosa, S., & Mutia, A. (2025). PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMSI ISLAM DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Jurnal Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1673–1693.
- Mulya Sari, Mi., Agustin Nengsih, T., & Sayhrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 119–296.
<https://doi.org/10.1515/9783110282757.119>

- Mustika, D. M. A., & Hakim, A. (2024). Model empiris penggunaan e-money di Indonesia Dhia. *Jurnal Kebijakan Dan Keuangan*, 3(1), 66–73.
<https://doi.org/10.20885/JKEK.vol3.iss1.art9>
- Mz, N. F., Harahap, N., & Irwandi. (2025). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 590–603.
- Nadhifah, H. A., Sucipto, M. A. B., & Sudibyoy, H. (2024). TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING UNIVERSITAS PANCASAKTI. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 5(1), 810–826.
- Nazar, M. R., Arifah, U., Fitri, S. M., Putri, S. A. S., & Ramandianto, M. P. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money dan Munculnya Cashless Society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(April), 287–295.
- Nengsih, T. A., Rosdiana, & Firmansyah. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2022). *Jurnal Pendidikan Tambisai*, 8(2), 27015–27022.
- Novian, K. A., & Budiarto, Y. (2025). IDENTIFIKASI IMPULSIVE BUYING DI MEDIA SOSIAL BERDASARKAN KONSTRUK ABC. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 06(08).
- Nurhayati, E., & Wiharno, H. (2012). *Literasi Keuangan... (Herma, Enung) LITERASI KEUANGAN DI KALANGAN MAHASISWA. 2009.*
- Ojk, & Bps. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi (SNLIK) 2024.*
- Posi, S. H., & Kaiyeli, N. (2024). Literasi Keuangan dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa. *JURNAL PENGABDIAN SOSIAL E-ISSN*, 2(2), 2817–2820.
- Pramudita, E., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Marketing Effect, Modernitas Individu dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(4), 315–339.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN , MANFAAT DAN RISIKO PADA MINAT PENGGUNAAN E-MONEY DI SURABAYA. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis JDEB*, 17(02), 151–158.
- Prayoga, R. A. S., & Rakhmaddidan, N. N. (2022). PERKEMBANGAN

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-MONEY (STUDI KASUS MAHASISWA DI KABUPATEN PONOGORO). *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi (JAE)*, 7(1), 1–10.
<https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17110>

- Purwati, R., Pristiyono, & Halim, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online sebagai Kebutuhan ataukah Gaya Hidup. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (Jesya)*, 6(2), 2152–2166.
- Putra, I. G. L. P. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 6(2), 717–726.
- Putri, A. A., Rahmasari, D. A., Ramadhani, F., & Wasisto, M. A. (2024). KAJIAN BUDAYA KONSUMTIF MASYARAKAT INDONESIA MELALUI PENDEKATAN TEORI ONE DIMENSIONAL MAN HERBERT MARCUSE. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 38(1), 20–34.
- Putri, M. D., Mappatempo, A., & Syah, F. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif (Studi kasus pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, angkatan 2021). *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, 5(5).
- Putri, R. R., & Widarno, B. (2025). Peran Self Control Pada E-Money dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Solo Raya. *Economic Review Journal*, 4(April 2023), 1790–1797.
<https://doi.org/10.56709/mrj.v4i4.901>
- Putri, S. M., Mahardayani, I. H., & Ahyani, L. N. (2022). Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 7(1), 120–132.
- Rafidah, Alawiyah, R., & Mulyana. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA. *Jurnal Economia*, 1(1).
- Rasyid, M. B. A., & A'Rasy, F. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN DEBIT CARD DAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI EKONOMI ISLAM FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNESA Muhammad. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 157–168.
- Rucita, S. R., & Dewanti, D. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMY. *Journal of Environmental Economics and Sustainability*, 1(1), 1–16.
- Rum, N. N., & Paramitalaksmi, R. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN PADA MINAT PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER

(SPAYLATER) (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA ANGKATAN 2020. *Jurnal Riset Ekonomi (JUREMI)*, 3(6), 1019–1026.

- Sa'idah, F., & Fitrayati, D. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy : Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 9(3), 467–475.
- Sadewa, M. A., & Ariani, L. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP BRAND MINDED TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pandohop*, 2(1), 34–41.
- Sandy, M. ike F., & Syam, M. M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Kemudahan E-money , dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus : Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Madura). *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 748–755.
- Sari, L. D. S., & Hikmah. (2025). PENGARUH PENGGUNAAN E- MONEY, LITERASI KEUANGAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z MASYARAKAT KOTA BATAM. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia (JEMI)*, 25(1), 14–27.
- Sari, R. A., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansiu*, 11(2), 878–889.
- Sari, R. A., Rosmawati, Aepu, S. H. N., & Anjarsari, H. (2024). GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TADULAKO. *ANTRO : Antropologi Tadulako Research Journal*, 1(1), 20–33.
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT, DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462–475.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh financial literacy , uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- Sugiarti, Chusna, N., W, N. L., & Nifsya, P. M. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN KARTU DEBIT DAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SEMARANG. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 12.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Bandung.

- Sukma, A. (2025). Perkembangan dan dampak penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains*, 4(1), 73–95.
- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Inrihastuti. (2021). KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN E-MONEY OVO, GO-PAY, DAN DANA. *Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57–71.
- Susilowati, N., Febriana, N. H., Wiguna, I., Utami, G. P., & Mulyani, H. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penulis: *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 11(September), 105–114.
<https://doi.org/10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371>
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z ? *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34.
- Ulfah, M., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 237–245.
- Widiantari, K. S., Mahadewi, I. A. G. D. F., Suidarma, I. M., & Arlita, D. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, E-MONEY DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z PADA CASHLESS SOCIETY. *Jurnal Ilmiah MEA (JIMEA)*, 7(3), 429–447.
- Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(2), 127–134.
- Yosfenia, & Suhaji. (2025). Pengaruh gaya hidup, media sosial, dan penggunaan elektronik money (e-money) terhadap perilaku konsumtif pada pembelian online mahasiswa di kota semarang. *COSTING: Journal of Economic*, 8(6), 4838–4849.
- Zulaika, M. D. S., & Listiadi, A. (2020). Literasi Keuangan , Uang Saku , Kontrol Diri , dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 137–146.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN**Responden yang terhormat**

Kuesioner ini disusun sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian yang berjudul '**Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan *E – Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mummadiyah Sumatera Utara**'.

Seluruh informasi yang diberikan oleh responden akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk kepentingan akademis. Responden diharapkan memberikan jawaban secara objektif sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang sebenarnya. Atas kesediaan dan partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pendapat anda
2. Pilihlah jawaban dari table pertanyaan dengan memberi **tanda checklist** (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda.

Adapun makna tanda jawaban tersebut sebagai berikut:

SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

A. Identitas Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Umur : 18 - 21 Tahun 22-25 Tahun

Pendapatan : <1.000.000
 1.000.000 – 2.000.000
 2.000.000 – 3.000.000
 3.000.000 – 4.000.000
 >5.000.000

Program Studi : **Manajemen**
Akutansi
Ekonomi Pembanguna
Pajak

Literasi Keuangan (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Keuangan Pribadi						
1	Saya memahami pentingnya membuat serta mencatat anggaran pemasukan dan pengeluaran bulanan secara teratur sebagai dasar pengelolaan keuangan pribadi					
2	Saya mampu mengelola keuangan dengan mempertimbangkan perbedaan antara kebutuhan utama dan keinginan dalam penggunaan uang sehari-hari					
Tabungan						
3	Saya memahami bahwa kebiasaan menabung secara rutin, meskipun dalam jumlah kecil, merupakan dasar dalam menjaga stabilitas keuangan					
4	Saya menyadari pentingnya memiliki dana cadangan untuk mengantisipasi kebutuhan mendesak di masa yang akan datang					
Pinjaman						
5	Saya memahami bahwa penggunaan pinjaman atau utang dapat menimbulkan beban keuangan jika tidak dikelola dengan baik					
6	Saya mengetahui pentingnya mempertimbangkan kemampuan finansial serta risiko seperti bunga atau denda sebelum mengambil pinjaman					

Ivestasi					
7	Saya memahami pengertian serta jenis-jenis instrumen investasi seperti deposito, saham, dan reksadana sebagai bagian dari perencanaan keuangan				
8	Saya mengetahui bahwa setiap instrumen investasi memiliki tingkat risiko dan potensi keuntungan yang berbeda dalam jangka waktu tertentu				

Gaya Hidup (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Aktivitas						
1	Saya sering menghabiskan waktu luang di tempat seperti café, mall, atau tempat hiburan lainnya sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari					
2	Saya terbiasa melakukan aktivitas yang melibatkan pengeluaran uang, seperti belanja atau nongkrong, dibandingkan kegiatan yang bersifat produktif					
Minat						
3	Saya memiliki ketertarikan terhadap produk-produk yang sedang tren di kalangan mahasiswa maupun di media sosial					
4	Saya cenderung tertarik pada barang yang memiliki tampilan menarik atau bermerek dibandingkan hanya mempertimbangkan fungsi utamanya					
5	Saya berpendapat bahwa penampilan yang menarik merupakan hal yang penting dalam menunjang kepercayaan diri dalam kehidupan sehari-hari					
Opini						
6	Saya merasa perlu mengikuti tren yang berkembang agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh lingkungan sekitar					
7	Saya beranggapan bahwa gaya hidup seseorang dapat mencerminkan status sosialnya di masyarakat					
8	Saya percaya bahwa memiliki barang tertentu dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain					

Penggunaan E – Money (X3)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Frekuensi Penggunaan E - Money						
1	Saya cukup sering menggunakan e-money dalam melakukan transaksi sehari-hari seperti pembayaran makanan, transportasi, atau belanja online					
2	Saya lebih memilih menggunakan e-money dibandingkan uang tunai dalam berbagai situasi pembayaran					
Kemudahan Transaksi						
3	Saya merasa penggunaan e-money memudahkan saya dalam melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang tunai					
4	Saya menilai transaksi menggunakan e-money lebih praktis dan efisien dalam kehidupan sehari-hari					
Pengaruh Promosi						
5	Saya tertarik menggunakan e-money karena adanya promo seperti diskon atau cashback yang ditawarkan					
6	Saya cenderung meningkatkan penggunaan e-money ketika terdapat program promo yang sedang berlangsung					
Pengaruh Gaya Hidup						
7	Saya terdorong menggunakan e-money karena kebiasaan di lingkungan sekitar yang menjadikannya sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari					
Keamanan						
8	Saya merasa aman menggunakan e-money karena adanya sistem perlindungan seperti PIN, OTP, atau verifikasi dalam setiap transaksi					

Perilaku Konsumtif (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Pembelian Impusif						
1	Saya cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya					
2	Saya terdorong untuk segera membeli barang ketika melihat sesuatu yang menarik					
Pembelian Tidak Rasional						
3	Saya melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan manfaat barang secara optimal					
4	Saya tetap melakukan pembelian meskipun barang tersebut tidak termasuk kebutuhan utama					
Pembelian Boros						
5	Saya cenderung mengeluarkan uang untuk hal-hal yang bukan menjadi prioritas utama					
6	Saya merasa pengeluaran saya sering kali melebihi kebutuhan yang sebenarnya					
Budaya						
7	Saya melakukan pembelian karena dipengaruhi oleh kebiasaan konsumsi di lingkungan sekitar					
Watak						
8	Saya melakukan pembelian untuk memenuhi kepuasan pribadi					

TABULASI DATA RESPONDEN

Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2)

LK 1	LK 2	LK 3	LK 4	LK 5	LK 6	LK 7	LK 8	G H1	G H2	G H3	G H4	G H5	G H6	G H7	G H8
3	3	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	5	5	5	5
4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5
3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
1	1	2	2	3	1	1	1	3	4	4	3	4	5	4	4
1	1	2	2	3	2	2	2	4	4	2	3	3	4	5	3
3	4	2	1	5	2	2	2	1	2	4	1	5	5	3	2
1	2	2	2	3	2	2	5	4	4	3	3	3	2	3	4
1	2	2	2	3	2	2	5	4	4	3	3	3	2	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	1	4	2	4	2	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3
4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
2	2	3	4	2	1	3	2	2	3	1	2	2	2	3	1
1	2	2	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	1	4	4
4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	3	4	2
3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
4	3	5	4	5	4	3	2	1	3	2	3	4	2	4	3
3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3
2	2	2	1	3	3	4	5	4	3	4	2	2	1	4	4
2	3	4	2	2	1	3	2	4	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
3	4	2	2	1	3	5	2	3	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	2	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3
2	3	4	5	2	1	5	2	3	4	3	2	4	5	1	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4
2	3	4	1	2	5	1	3	2	4	3	3	4	1	5	4
2	3	4	1	2	1	3	5	1	4	3	2	4	5	2	4
2	3	4	1	2	1	5	3	1	4	3	2	4	1	5	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	1	5	4
2	3	4	5	1	2	3	2	2	4	3	1	4	2	5	4
2	3	4	1	2	2	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	5	2	1	2	1	3	4	3	5	4	1	2	4
4	3	4	3	2	1	2	5	2	4	3	2	4	1	5	4
2	3	4	5	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
4	3	4	4	4	3	3	3	1	2	2	2	4	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	4	2	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

LK 1	LK 2	LK 3	LK 4	LK 5	LK 6	LK 7	LK 8	G H1	G H2	G H3	G H4	G H5	G H6	G H7	G H8
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	5
2	3	4	4	2	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
2	3	4	2	2	1	3	5	2	3	4	2	2	1	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	4	2	4	5	2	4	3	2	4	5	1	3	4	5
2	3	4	3	2	1	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4
2	3	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2
4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1
2	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
2	3	4	3	2	1	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
2	3	4	5	2	1	5	5	1	4	3	1	4	1	1	4
2	3	4	1	2	1	5	4	2	4	3	3	4	3	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	2	1	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	5	2	1	4	4	1	4	3	5	4	4	4	4
2	3	4	4	2	1	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4
2	3	4	3	2	1	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4
3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	5	1	3	2	4	5
4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
2	3	4	3	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3
4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	5	3	2	3
3	3	2	3	3	5	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3
2	3	4	1	2	1	2	2	2	4	3	4	4	2	2	4
2	3	4	4	2	1	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1	5
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	4	5	3	2	5	4	4	2	3	4	5	2	4	4	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	3	4	2	3	3
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	5	1	4
2	3	4	2	2	1	3	5	3	4	3	2	4	4	1	4

Penggunaan *E – Money* (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y)

PEM1	PEM2	PEM3	PEM4	PEM5	PEM6	PEM7	PEM8	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4
4	4	5	4	3	2	1	4	4	4	5	3	2	1	5	4
1	5	3	3	2	5	3	5	1	2	4	2	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	2	4	4
4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	1
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
1	2	3	4	4	4	4	4	3	4	1	2	3	3	2	3
5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
3	4	2	4	3	4	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4
4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4
5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	1	4	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	5	5	3	4	2	4	4	4	3	3	2	2	4
4	4	3	2	5	2	1	4	4	4	3	2	4	4	1	5
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2
4	3	3	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3	4	4	3
4	3	4	2	5	1	5	4	3	4	4	2	3	4	5	1
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	2	4
4	3	4	5	2	5	1	4	2	4	3	4	3	4	2	5
4	3	4	3	5	1	4	4	5	4	3	2	3	4	5	1
4	3	4	1	2	3	5	4	2	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	2	5	1	5	4	3	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	2	5	5	1	4	3	4	2	3	3	4	1	4
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	5	1
4	3	4	5	1	2	5	4	4	4	5	2	3	4	2	1
4	3	4	3	2	1	5	4	4	3	2	3	4	5	1	1
4	3	4	2	5	1	5	4	3	4	4	2	3	4	5	1
4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	1	2	2	3	4
5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	4	4
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	2	3	4	3	3
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	2	3	4	4	4
3	4	3	2	4	5	1	4	4	4	3	2	3	4	1	5

PEM1	PEM2	PEM3	PEM4	PEM5	PEM6	PEM7	PEM8	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	2	4	3	5	3	3	4	4	3	2	5	4	5	2
4	3	4	3	2	1	5	4	2	4	3	2	3	4	1	2
2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	1	2	3	3	2	2
4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	3	4	3	2	1	5	4	3	4	2	2	3	4	3	4
4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	2	2	3	4	3	5
4	3	4	1	3	2	5	4	3	4	2	2	3	4	1	1
4	3	4	3	2	1	5	4	1	4	3	2	3	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	2	5	4	4	4	3	2	3	4	4	3
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	3	2	1	5	4	5	4	1	2	3	4	1	1
4	3	4	3	2	1	5	4	3	4	2	2	3	4	3	3
4	3	4	3	2	1	5	4	2	4	1	2	3	4	4	2
1	4	4	4	4	4	4	2	5	3	4	4	2	3	4	2
4	3	4	4	4	5	5	4	3	3	2	2	1	3	4	3
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	3	4	3	2	1	5	4	2	4	2	3	4	3	3	3
4	4	3	4	2	2	4	5	4	3	2	3	3	3	2	3
3	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4
2	4	3	3	2	3	4	4	2	1	3	2	2	3	3	2
4	3	4	3	2	1	5	4	1	4	4	2	3	4	3	3
4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	2	4	5	4	4
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
3	2	3	4	5	5	1	5	1	3	2	4	1	5	5	2
4	3	4	2	5	1	4	5	4	4	3	2	3	4	1	5
2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2	1	1	4	3	4
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	3
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5
4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	3	2	3	4	1	5

HASIL OUTPUT SPSS (PENGOLAHAN DATA)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	90	16	40	26,58	4,972
Literasi Keuangan	90	12	40	25,93	6,135
Gaya Hidup	90	16	40	27,58	4,373
Penggunaan E - Money	90	16	40	29,17	4,187
Valid N (listwise)	90				

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penggunaan E - Money, Literasi Keuangan , Gaya Hidup ^b		Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	,704	,693	2,754

a. Predictors: (Constant), Penggunaan E - Money, Literasi Keuangan , Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1547,916	3	515,972	68,054	<,001 ^b
	Residual	652,039	86	7,582		
	Total	2199,956	89			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan E - Money, Literasi Keuangan , Gaya Hidup

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	,623	1,606
	Gaya Hidup	,588	1,701
	Penggunaan E - Money	,517	1,934

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4,207	2,188		-1,923	,058
	Literasi Keuangan	-,136	,060	-,168	-2,253	,027
	Gaya Hidup	,505	,087	,444	5,801	<,001
	Penggunaan E - Money	,699	,097	,589	7,208	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18,12	39,05	26,58	4,170	90
Residual	-9,725	6,896	,000	2,707	90
Std. Predicted Value	-2,028	2,992	,000	1,000	90
Std. Residual	-3,532	2,505	,000	,983	90

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

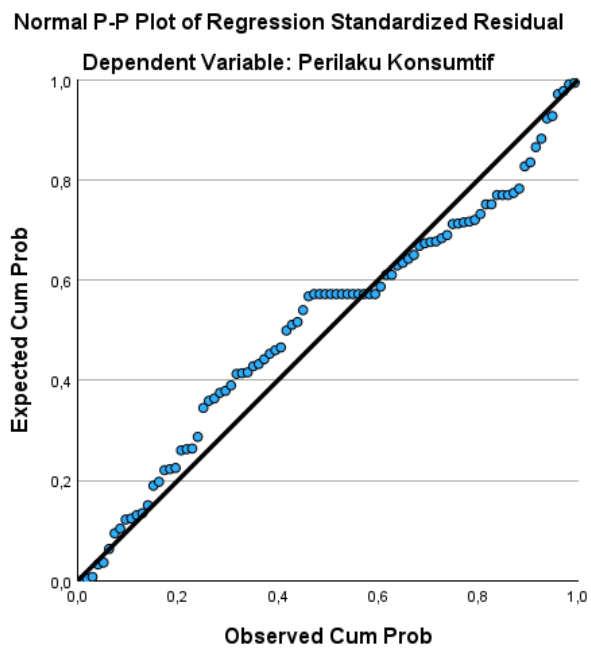
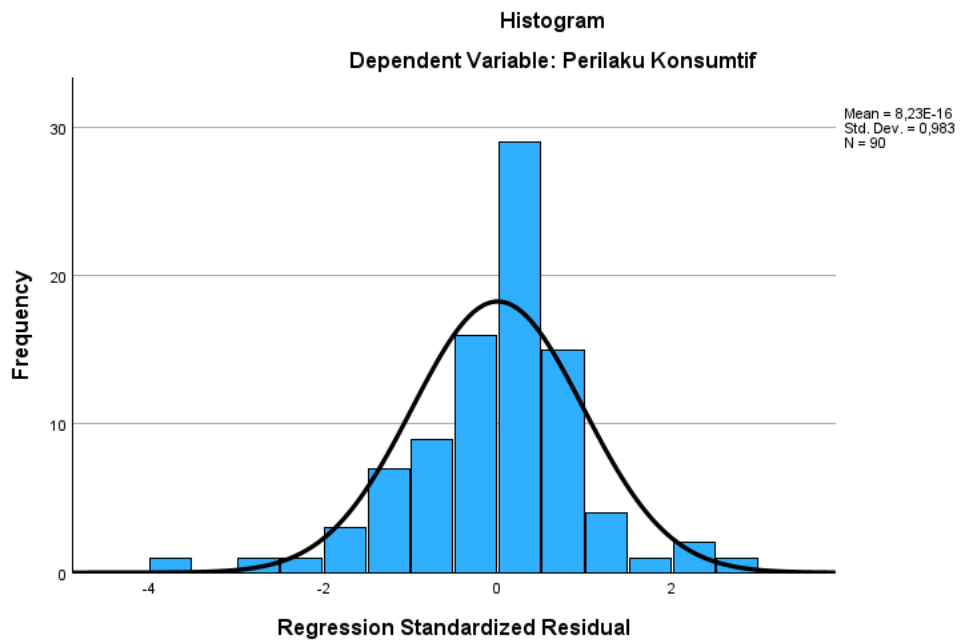
		Unstandardized Residual	
N		90	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,70671074	
Most Extreme Differences	Absolute	,113	
	Positive	,102	
	Negative	-,113	
Test Statistic		,113	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,006	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,006	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,004
		Upper Bound	,008

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	8

Correlations

		LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6	LK7	LK8	JUMLAH
LK1	Pearson Correlation	1	,639	,418	,548	,737	,672	,381	,116	,845
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,277	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK2	Pearson Correlation	,639	1	,438	,372	,389	,457	,436	,233	,706
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,027	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK3	Pearson Correlation	,418	,438	1	,378	,158	,112	,393	,329	,538
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	,137	,291	<,001	,002	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK4	Pearson Correlation	,548	,372	,378	1	,484	,426	,467	,031	,700
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	,775	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK5	Pearson Correlation	,737	,389	,158	,484	1	,770	,254	,076	,761
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,137	<,001		<,001	,016	,474	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK6	Pearson Correlation	,672	,457	,112	,426	,770	1	,326	,095	,772
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,291	<,001	<,001		,002	,374	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK7	Pearson Correlation	,381	,436	,393	,467	,254	,326	1	,350	,646
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,016	,002		<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
LK8	Pearson Correlation	,116	,233	,329	,031	,076	,095	,350	1	,387
	Sig. (2-tailed)	,277	,027	,002	,775	,474	,374	<,001		<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
JUMLAH	Pearson Correlation	,845	,706	,538	,700	,761	,772	,646	,387	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	8

Correlations

		GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	JUMLAH
GH1	Pearson Correlation	1	,429	,392	,429	,173	,237	,183	,252	,698
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	,103	,025	,085	,017	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH2	Pearson Correlation	,429	1	,233	,141	,351	,209	,006	,267	,524
	Sig. (2-tailed)	<,001		,027	,186	<,001	,048	,952	,011	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH3	Pearson Correlation	,392	,233	1	,439	,281	,229	,302	,461	,713
	Sig. (2-tailed)	<,001	,027		<,001	,007	,030	,004	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH4	Pearson Correlation	,429	,141	,439	1	,126	,093	,437	,166	,672
	Sig. (2-tailed)	<,001	,186	<,001		,237	,382	<,001	,119	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH5	Pearson Correlation	,173	,351	,281	,126	1	,351	-,013	,266	,510
	Sig. (2-tailed)	,103	<,001	,007	,237		<,001	,903	,011	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH6	Pearson Correlation	,237	,209	,229	,093	,351	1	-,339	,178	,446
	Sig. (2-tailed)	,025	,048	,030	,382	<,001		,001	,093	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH7	Pearson Correlation	,183	,006	,302	,437	-,013	-,339	1	,049	,421
	Sig. (2-tailed)	,085	,952	,004	<,001	,903	,001		,647	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
GH8	Pearson Correlation	,252	,267	,461	,166	,266	,178	,049	1	,522
	Sig. (2-tailed)	,017	,011	<,001	,119	,011	,093	,647		<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
JUMLAH	Pearson Correlation	,698	,524	,713	,672	,510	,446	,421	,522	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,651	8

Correlations

		PEM1	PEM2	PEM3	PEM4	PEM5	PEM6	PEM7	PEM8	JUMLAH
PEM1	Pearson Correlation	1	,300	,668	,152	,320	-,059	,389	,428	,644
	Sig. (2-tailed)		,004	<,001	,154	,002	,581	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM2	Pearson Correlation	,300	1	,319	,428	,165	,426	,004	,258	,627
	Sig. (2-tailed)	,004		,002	<,001	,120	<,001	,971	,014	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM3	Pearson Correlation	,668	,319	1	,233	,311	,009	,467	,402	,688
	Sig. (2-tailed)	<,001	,002		,027	,003	,930	<,001	<,001	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM4	Pearson Correlation	,152	,428	,233	1	-,054	,661	-,139	,089	,591
	Sig. (2-tailed)	,154	<,001	,027		,616	<,001	,190	,403	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM5	Pearson Correlation	,320	,165	,311	-,054	1	,111	,097	,166	,496
	Sig. (2-tailed)	,002	,120	,003	,616		,296	,363	,118	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM6	Pearson Correlation	-,059	,426	,009	,661	,111	1	-,377	,160	,537
	Sig. (2-tailed)	,581	<,001	,930	<,001	,296		<,001	,131	<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM7	Pearson Correlation	,389	,004	,467	-,139	,097	-,377	1	,232	,325
	Sig. (2-tailed)	<,001	,971	<,001	,190	,363	<,001		,028	,002
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
PEM8	Pearson Correlation	,428	,258	,402	,089	,166	,160	,232	1	,543
	Sig. (2-tailed)	<,001	,014	<,001	,403	,118	,131	,028		<,001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
JUMLAH	Pearson Correlation	,644	,627	,688	,591	,496	,537	,325	,543	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,002	<,001	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,611	8

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
N	Valid	90	90	90	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5,6	5,6	5,6
	TS	13	14,4	14,4	20,0
	KS	22	24,4	24,4	44,4
	S	44	48,9	48,9	93,3
	SS	6	6,7	6,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	7	7,8	7,8	8,9
	KS	14	15,6	15,6	24,4
	S	63	70,0	70,0	94,4
	SS	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	20	22,2	22,2	26,7
	KS	37	41,1	41,1	67,8
	S	20	22,2	22,2	90,0
	SS	9	10,0	10,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	46	51,1	51,1	55,6
	KS	15	16,7	16,7	72,2
	S	17	18,9	18,9	91,1
	SS	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	11	12,2	12,2	16,7
	KS	47	52,2	52,2	68,9
	S	18	20,0	20,0	88,9
	SS	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	7	7,8	7,8	8,9
	KS	11	12,2	12,2	21,1
	S	58	64,4	64,4	85,6
	SS	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	22	24,4	24,4	24,4
	TS	13	14,4	14,4	38,9
	KS	16	17,8	17,8	56,7
	S	27	30,0	30,0	86,7
	SS	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	10,0	10,0	10,0
	TS	9	10,0	10,0	20,0
	KS	12	13,3	13,3	33,3
	S	35	38,9	38,9	72,2
	SS	25	27,8	27,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Perilaku Konsumtif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	2	2,2	2,2	2,2
	17	1	1,1	1,1	3,3
	18	1	1,1	1,1	4,4
	19	2	2,2	2,2	6,7
	20	3	3,3	3,3	10,0
	21	6	6,7	6,7	16,7
	22	1	1,1	1,1	17,8
	23	4	4,4	4,4	22,2
	24	7	7,8	7,8	30,0
	25	4	4,4	4,4	34,4
	26	22	24,4	24,4	58,9
	27	7	7,8	7,8	66,7
	28	5	5,6	5,6	72,2
	29	6	6,7	6,7	78,9
	30	2	2,2	2,2	81,1
	31	1	1,1	1,1	82,2
	32	7	7,8	7,8	90,0
	33	1	1,1	1,1	91,1
	34	1	1,1	1,1	92,2
	35	1	1,1	1,1	93,3
36	3	3,3	3,3	96,7	
39	1	1,1	1,1	97,8	
40	2	2,2	2,2	100,0	
Total	90	100,0	100,0		

Statistics

		X1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
N	Valid	90	90	90	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,7	6,7	6,7
	TS	43	47,8	47,8	54,4
	KS	12	13,3	13,3	67,8
	S	24	26,7	26,7	94,4
	SS	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	7	7,8	7,8	12,2
	KS	54	60,0	60,0	72,2
	S	16	17,8	17,8	90,0
	SS	9	10,0	10,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	11	12,2	12,2	13,3
	KS	6	6,7	6,7	20,0
	S	64	71,1	71,1	91,1
	SS	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	8,9	8,9	8,9
	TS	26	28,9	28,9	37,8
	KS	11	12,2	12,2	50,0
	S	29	32,2	32,2	82,2
	SS	16	17,8	17,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,2	2,2	2,2
	TS	40	44,4	44,4	46,7
	KS	10	11,1	11,1	57,8
	S	25	27,8	27,8	85,6
	SS	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	36	40,0	40,0	40,0
	TS	11	12,2	12,2	52,2
	KS	6	6,7	6,7	58,9
	S	21	23,3	23,3	82,2
	SS	16	17,8	17,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,2	2,2	2,2
	TS	15	16,7	16,7	18,9
	KS	31	34,4	34,4	53,3
	S	28	31,1	31,1	84,4
	SS	14	15,6	15,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,2	2,2	2,2
	TS	14	15,6	15,6	17,8
	KS	11	12,2	12,2	30,0
	S	32	35,6	35,6	65,6
	SS	31	34,4	34,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Literasi Keuangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	1	1,1	1,1	1,1
	15	1	1,1	1,1	2,2
	16	2	2,2	2,2	4,4
	17	1	1,1	1,1	5,6
	18	1	1,1	1,1	6,7
	19	4	4,4	4,4	11,1
	20	2	2,2	2,2	13,3
	21	6	6,7	6,7	20,0
	22	21	23,3	23,3	43,3
	23	1	1,1	1,1	44,4
	24	6	6,7	6,7	51,1
	25	5	5,6	5,6	56,7
	26	1	1,1	1,1	57,8
	27	7	7,8	7,8	65,6
	28	1	1,1	1,1	66,7
	29	1	1,1	1,1	67,8
	30	3	3,3	3,3	71,1
	31	4	4,4	4,4	75,6
	32	8	8,9	8,9	84,4
	33	3	3,3	3,3	87,8
34	2	2,2	2,2	90,0	
35	2	2,2	2,2	92,2	
36	2	2,2	2,2	94,4	
37	2	2,2	2,2	96,7	
39	1	1,1	1,1	97,8	
40	2	2,2	2,2	100,0	
	Total	90	100,0	100,0	

Statistics

		X2	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
N	Valid	90	90	90	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8,9	8,9	8,9
	TS	14	15,6	15,6	24,4
	KS	35	38,9	38,9	63,3
	S	24	26,7	26,7	90,0
	SS	9	10,0	10,0	100,0
	Total		90	100,0	100,0

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	2,00	6	6,7	6,7	7,8
	KS	14	15,6	15,6	23,3
	S	63	70,0	70,0	93,3
	SS	6	6,7	6,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	6	6,7	6,7	7,8
	KS	48	53,3	53,3	61,1
	S	29	32,2	32,2	93,3
	SS	6	6,7	6,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	30	33,3	33,3	37,8
	KS	24	26,7	26,7	64,4
	S	22	24,4	24,4	88,9
	SS	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	7	7,8	7,8	8,9
	KS	10	11,1	11,1	20,0
	S	61	67,8	67,8	87,8
	SS	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	10,0	10,0	10,0
	TS	13	14,4	14,4	24,4
	KS	16	17,8	17,8	42,2
	S	27	30,0	30,0	72,2
	SS	25	27,8	27,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	19	21,1	21,1	21,1
	TS	7	7,8	7,8	28,9
	KS	21	23,3	23,3	52,2
	S	31	34,4	34,4	86,7
	SS	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,2	2,2	2,2
	TS	3	3,3	3,3	5,6
	KS	14	15,6	15,6	21,1
	S	59	65,6	65,6	86,7
	SS	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Gaya Hidup

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	1,1	1,1	1,1
	18	1	1,1	1,1	2,2
	19	1	1,1	1,1	3,3
	20	2	2,2	2,2	5,6
	22	2	2,2	2,2	7,8
	23	2	2,2	2,2	10,0
	24	5	5,6	5,6	15,6
	25	7	7,8	7,8	23,3
	26	24	26,7	26,7	50,0
	27	10	11,1	11,1	61,1
	28	8	8,9	8,9	70,0
	29	3	3,3	3,3	73,3
	30	5	5,6	5,6	78,9
	31	3	3,3	3,3	82,2
	32	6	6,7	6,7	88,9
	34	2	2,2	2,2	91,1
	35	2	2,2	2,2	93,3
	36	2	2,2	2,2	95,6
	37	2	2,2	2,2	97,8
	40	2	2,2	2,2	100,0
Total	90	100,0	100,0		

Statistics

		X3	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
N	Valid	90	90	90	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,4	4,4	4,4
	TS	5	5,6	5,6	10,0
	KS	7	7,8	7,8	17,8
	S	64	71,1	71,1	88,9
	SS	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,7	6,7	6,7
	KS	48	53,3	53,3	60,0
	S	31	34,4	34,4	94,4
	SS	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,4	4,4	4,4
	KS	13	14,4	14,4	18,9
	S	64	71,1	71,1	90,0
	SS	9	10,0	10,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,2	2,2	2,2
	TS	21	23,3	23,3	25,6
	KS	24	26,7	26,7	52,2
	S	29	32,2	32,2	84,4
	SS	14	15,6	15,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,1	1,1	1,1
	TS	15	16,7	16,7	17,8
	KS	20	22,2	22,2	40,0
	S	21	23,3	23,3	63,3
	SS	33	36,7	36,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	27	30,0	30,0	30,0
	TS	9	10,0	10,0	40,0
	KS	14	15,6	15,6	55,6
	S	26	28,9	28,9	84,4
	SS	14	15,6	15,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,7	6,7	6,7
	TS	4	4,4	4,4	11,1
	KS	9	10,0	10,0	21,1
	S	29	32,2	32,2	53,3
	SS	42	46,7	46,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,4	4,4	4,4
	KS	7	7,8	7,8	12,2
	S	63	70,0	70,0	82,2
	SS	16	17,8	17,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Penggunaan E - Money

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	1,1	1,1	1,1
	21	1	1,1	1,1	2,2
	22	1	1,1	1,1	3,3
	23	1	1,1	1,1	4,4
	24	1	1,1	1,1	5,6
	25	4	4,4	4,4	10,0
	26	16	17,8	17,8	27,8
	27	3	3,3	3,3	31,1
	28	27	30,0	30,0	61,1
	29	4	4,4	4,4	65,6
	30	2	2,2	2,2	67,8
	31	4	4,4	4,4	72,2
	32	7	7,8	7,8	80,0
	33	5	5,6	5,6	85,6
	34	1	1,1	1,1	86,7
	35	3	3,3	3,3	90,0
	36	3	3,3	3,3	93,3
	37	2	2,2	2,2	95,6
	38	2	2,2	2,2	97,8
	40	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Statistics

		Usia	JK	Pendapatan	Prodi
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 21	43	47,8	47,8	47,8
	22 - 25	47	52,2	52,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	36	40,0	40,0	40,0
	Perempuan	54	60,0	60,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1.000.000	29	32,2	32,2	32,2
	>4.000.000	10	11,1	11,1	43,3
	1.000.000 - 2.000.000	29	32,2	32,2	75,6
	2.000.000 - 3.000.000	16	17,8	17,8	93,3
	3.000.000 - 4.000.000	6	6,7	6,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Prodi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akuntansi	21	23,3	23,3	23,3
	Ekonomi Pembangunan	6	6,7	6,7	30,0
	Manajemen	63	70,0	70,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	