

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN
PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

OLEH:

NAMA : ADE WARDHANA
NPM : 1805160613
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**



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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum'at, tanggal 02 September 2022, Pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : ADE WARDHANA
N P M : 1805160613
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA 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. H. MUIS FAUZI RAMBE, S.E., M.M)

(LINZZY PRATAMI PUTRI, S.E., M.M)

Pembimbing

(ASSOC PROF JULITA, S.E., M.SI)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : ADE WARDHANA
N.P.M : 1805160613
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Penelitian : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN
PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Disetujui untuk memenuhi persyaratan diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 25 Agustus 2022

Pembimbing



ASOCC PROF. JULITA. SE. M.Si

Diketahui/Disetujui

Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



JASMAN SYARIFUDDIN HSB, S.E., M.Si

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis



H. JANURE SE, M.M, M.Si

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : ADE WARDHANA
N.P.M : 1805160613
Dsen Pembimbing : ASOCC PROF. JULITA. SE. M,Si
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Penelitian : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Tanggal	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
BAB 1	Perbaiki : - Lembaran dan Rumus man - dan UBM	5/9/22	o/
BAB 2	Berdasarkan teori & rumus yang sesuai dgn topik / judul	10/7/22	o/
BAB 3	Metode analisis data di pilih lagi	15/9/22	o/
BAB 4	Berib. penyels dan arth pembals dan di pmpas data	20/8/22	o/
BAB 5	kesimpulan & sb	22/8/22	o/
Daftar Pustaka	mendelay	22/8/22	o/
Persetujuan Sidang Meha Hijau	Siap dipertes dan Ace sid Mey. Hys	22/8/22	Julita

Medan, 23 Agustus 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(JASMAN SYARIFUDDIN HSB, S.E., M.Si)

(ASOCC PROF. JULITA. SE. M,Si)

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : Ade Wardhana
NPM : 1805160613
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian / skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak / plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah / Skripsi dan Pengunjukkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 11 APRIL 2022
Pembuat Pernyataan



Ade Wardhana
ADE WARDHANA

NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi pada saat Pengajuan Judul.
- Foto copy Surat Pernyataan dilampirkan di Proposal dan Skripsi.

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

ADE WARDHANA

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238
Email : adewardhana132@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara baik secara parsial maupun secara simultan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin berjumlah 74 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Liner Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS (*Statistic Package for the Social Sciens*) versi 24.00. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pendapatan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE AND INCOME ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH NORTH SUMATRA

ADE WARDHANA

*faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University of North Sumatra
Jl. Captain Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Medan 20238
Email : adewardhana132@gmail.com*

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of financial literacy, lifestyle and income on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah North Sumatra, either partially or simultaneously. The approach used in this study is an associative approach. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of North Sumatra. The sample in this study using the slovin formula amounted to 74 students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah North Sumatra. Data collection techniques in this study used interview techniques, documentation studies, observation, and questionnaires. The data analysis technique in this study uses Multiple Linear Regression Analysis Test, Hypothesis Testing (t Test and F Test), and Coefficient of Determination. The data processing in this study used the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software program version 24.00. The results of this study prove that partially and simultaneously financial literacy, lifestyle and income have a significant effect on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah North Sumatra.

Keywords: Financial Lietration, Lifestyle, Income Consumptive Behavior

KATA PENGANTAR



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 Skripsi 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 Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**.

Dalam menyelesaikan skripsi 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 skripsi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar- besarnya terutama kepada:

1. Terima kasih untuk yang istimewa ayahanda Andry Kesuma dan Ibunda Nurhidayati tercinta yang telah mengasuh dan memberikan rasa cinta dan kasih sayang serta mendidik dan mendukung peneliti dalam pembuatan Skripsi ini. Dan seluruh keluarga besar yang telah banyak memberikan dukungan moril, materi dan spiritual kepada penulis serta kasih sayangnya yang tiada henti kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri S.E., M.M, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan S.E.,M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Syarifuddin, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Jufrizen S.E.,M.Si selaku sekretaris program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Assoc. Prof. Julita S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan dan pengalaman

kepada peneliti, serta seluruh staff pegawai Fakultas Ekonomi yang telah membantu peneliti baik selama masa pelaksanaan maupun dalam penyusunan Skripsi ini.

10. Seluruh sahabat-sahabat penulis Arya Alfandi, Suyazi, Zandra, Tina Batu Bara, Opi, Mala yang telah membantu dan memberi dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan buat Istriku tersayang Dwiki Syahfitri yang telah memberikan semangat/motivasi tersendiri dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu dengan kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Skripsi ini dari semua pihak.

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

Wassalammualaikum, Wr.Wb

Medan, Agustus 2022

Penulis

Ade Wardhana
NPM:1805160613

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
 BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teoritis	8
2.1.1 Perilaku Konsumtif	8
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	8
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	9
2.1.1.3 Tujuan Dan Manfaat Perilaku Konsumtif	11
2.1.1.4 Indikator Perilaku Keuangan	11
2.1.2 Literasi Keuangan.....	12
2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan.....	12
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan	13
2.1.2.3 Jenis-jenis Literasi Keuangan	14
2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan	15
2.1.3 Gaya Hidup	16
2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup	16

2.1.3.2 Tujuan Dan Manfaat Gaya Hidup.....	17
2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	19
2.1.3.4 Indikator Gaya Hidup	22
2.1.4 Pendapatan.....	21
2.1.4.1 Pengertian Pendapatan.....	21
2.1.4.2 Macam-macam Pendapatan.....	22
2.1.4.3 Indikator Pendapatan	23
2.2 Kerangka Konseptual	23
2.3 Hipotesis	25

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Defenisi Operasional Variabel	28
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	34

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data	41
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	46
4.2.2 Regresi Linier Berganda.....	49
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	50
4.2.4 Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	53
4.2.5 Pembahasan	54

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Indikator Perilaku Konsumtif.....	37
Tabel 3.2	Indikator Literasi Keuangan.....	37
Tabel 3.3	Indikator Gaya Hidup.....	38
Tabel 3.4	Indikator Pendapatan.....	38
Tabel 3.5	Waktu Penelitian	39
Tabel 3.6	Data Populasi	40
Tabel 3.7	Skala Likert.....	42
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif	44
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan	44
Tabel 3.10	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	44
Tabel 3.11	Hasil Uji Validitas Pendapatan	44
Tabel 3.12	Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4.1	Persentase Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif	52
Tabel 4.2	Persentase Jawaban Responden Variabel Literasi Keuangan	54
Tabel 4.3	Persentase Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup.....	56
Tabel 4.4	Persentase Jawaban Responden Pendapatan.....	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	60
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi	60
Tabel 4.8	Hasil Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4.10	Hasil Uji Simultan (Uji F)	65
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Peilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.....	3
Gambar 1.2 Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa	5
Gambar 1.3 Tingkat Gaya Hidup Pada Mahasiswa	7
Gambar 1.4 Tingkat Pendapatan Pada Mahasiswa	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis UJi T	48
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis UJi F.....	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Gambar 4.3 Kriteria Pengujian UJi T	63
Gambar 4.4 Kriteria Pengujian UJi T	64
Gambar 4.5 Kriteria Pengujian UJi T	64
Gambar 4.6 Kriteria Pengujian UJi F.....	65

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi dan perkembangan zaman membawa perubahan pada kebiasaan menggunakan uang, di mana masyarakat sekarang lebih fokus pada kenikmatan dan kesenangan yang dianggap harus dipenuhi agar merasa nyaman dan diakui eksistensinya di masyarakat. Termasuk mahasiswa sebagai remaja lebih senang untuk berbelanja, menghabiskan seluruh uang yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi atau pergaulan dan mampu mengikuti tren fashion anak muda zaman sekarang. Perubahan perilaku akibat adanya gaya hidup yang dipengaruhi perkembangan zaman dan teknologi. Mahasiswa lebih menyukai menghabiskan waktu dengan mengunjungi pusat hiburan dan pusat perbelanjaan serta aktif di media sosial, sangat cenderung pada perilaku konsumtif dan menghambur-hamburkan uang (D R Pulungan & Febriyanti, 2018).

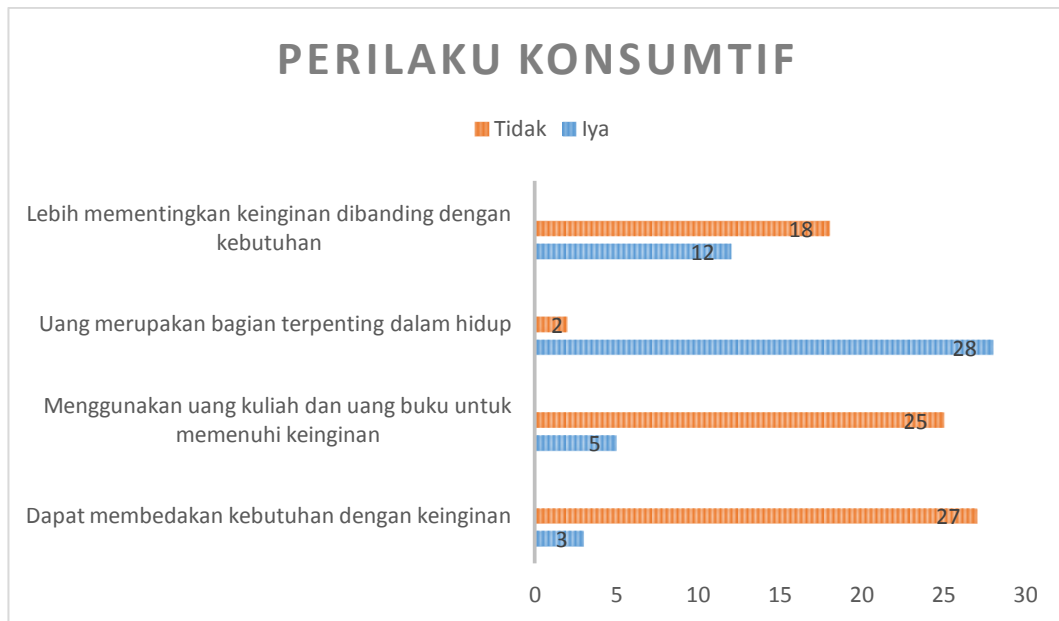
Kemampuan keuangan yang dimiliki tidak hanya tentang mampu menghasilkan pendapatan yang cukup memenuhi kebutuhan hidup, melainkan juga kemampuan untuk mengelola keuangan dengan bijak dan tepat, mengambil keputusan yang tepat dalam menggunakan uang (Gunawan et al., 2019).

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) atau pembelian lebih didasarkan pada faktor keinginan (*want*). Perilaku konsumtif mahasiswi banyak

terjadi pada pengonsumsi kosmetik ternama dan terkenal dikalangan mereka, umumnya disebut dengan kosmetik branded (Sumartono, 2015).

Implikasi perilaku konsumtif pada pembentukan kehidupan masyarakat yang etis yakni seorang yang berperilaku konsumtif merasa tidak cukup dengan apa yang dimilikinya. Hal ini mendorong individu memenuhi standar kebutuhan yang lebih tinggi dari kebutuhan fungsional. Hal ini membuat individu sibuk mementingkan kepentingan pribadi dan tidak sempat memikirkan kepentingan orang lain apalagi untuk berbagi sebagian miliknya dengan orang lain seperti yang diajarkan agama. Dampak lainnya, individu akan memenuhi kebutuhannya dengan segala cara yang tidak etis termasuk melakukan tindakan kriminal seperti pencurian, korupsi, dan lain-lain (Mayasari & Naomi, 2008).

Tidak sedikit besar mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara bertempat tinggal jauh dari orang tua, dan belum mandiri secara finansial sehingga masih bergantung kepada orang tua untuk memenuhi kebutuhan finansialnya. Tinggal yang jauh dari orang tua menyebabkan mahasiswa harus belajar untuk mengelola keuangan pribadinya secara mandiri. Fenomena yang terjadi pada mahasiswa adalah adanya mahasiswa yang tergolong berperilaku konsumtif dimana mahasiswa tidak mampu menyesuaikan antara gaya hidup, keinginan, dengan kemampuan ekonomi yang dimilikinya sehingga kiriman yang diterima dari orang tua habis lebih cepat. Hal ini dapat dilihat dari hasil angket kuesioner yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dibawah ini :



Sumber : (Hasil Kuesioner, 2022)

Gambar 1.1 Tingkat Peilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Berdasarkan hasil observasi awal dan hasil angket pada beberapa mahasiswa dapat dilihat bahwa adanya beberapa mahasiswa yang berperilaku konsumtif dimana adanya beberapa mahasiswa yang susah untuk membedakan antara kebutuhan dengan keinginan selain itu tidak jarang mahasiswa menggunakan uang kuliahnya tau uang buku untuk memenuhi keinginannya sehingga banyak mahasiswa yang memiliki tunggakan uang kuliah. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat yaitu dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani, 2015).

Perilaku konsumtif keuangan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Pengelolaan keuangan keluarga berdasarkan pada status sosial ekonomi orang tua meliputi tingkat pendidikan orang tua, jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, jabatan sosial orang tua dan uang saku mahasiswa (Gunawan et al., 2020).

Memiliki literasi keuangan merupakan hal vital untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat yang tentunya ditunjang oleh literasi keuangan yang baik, maka taraf kehidupan diharapkan dapat meningkat, hal ini berlaku untuk setiap tingkat penghasilan, karena bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang, tanpa pengelolaan yang tepat, keamanan finansial pasti akan sulit dicapai (Mukmin et al., 2021).

Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, mendiskusikan uang dan masalah keuangan tanpa ketidak nyamanan, merencanakan masa depan, dan tanggap dengan kompeten peristiwa kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam perekonomian (Gunawan & Chairani, 2019).

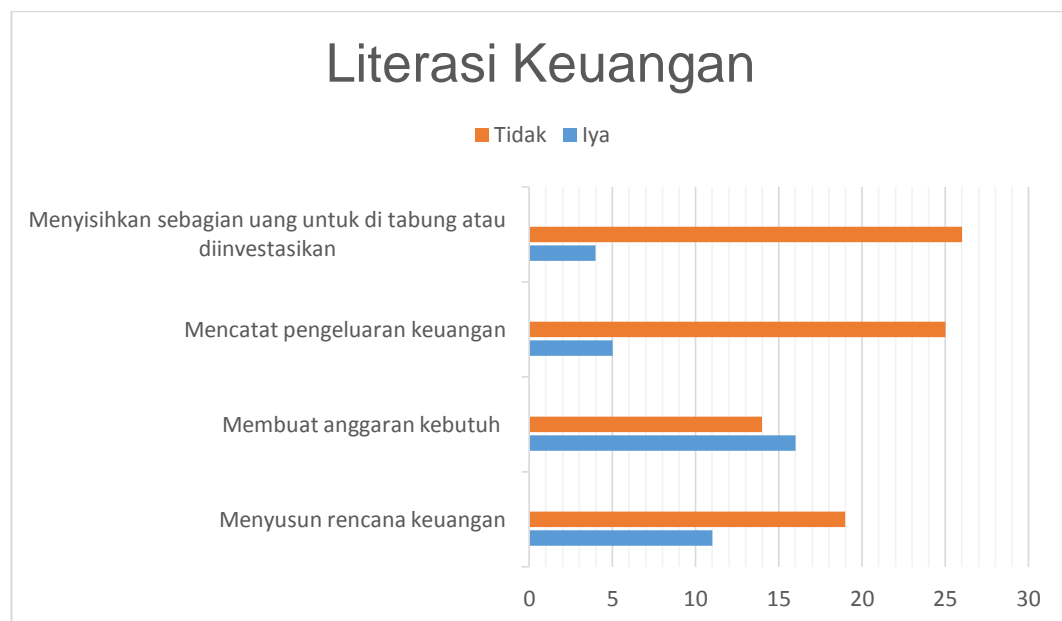
Literasi keuangan sangat berkaitan dengan kesejahteraan individu. Pengetahuan keuangan dan ketrampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari (Pohan & Julita, 2022). Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan). Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan

(*miss management*) seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan (Nurmala et al., 2021).

Literasi keuangan merupakan model yang dibutuhkan dalam dunia pendidikan keuangan (Sari et al., 2021). Membuat mengukur pentingnya tingkat literasi keuangan yang akurat untuk memberikan informasi yang jelas terkait dengan hambatan dan tantangan pembelajaran keuangan yang efektif (Koto & Pulungan, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Qurota'yun, 2019) Dan (Udayanthi, 2018) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Peneliti melakukan pra survey berdasarkan dimensi dari literasi keuangan, pada Gambar 1.2 dibawah ini:



Sumber : (Hasil Kuesioner, 2022)

Gambar 1.2 Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa

Berdasarkan gambar 1.2 diatas dapat dilihat bahwa banyak mahasiswa yang tidak memiliki perencanaan keuangan masa serta sangat jarang juga ditemui mahasiswa yang membuat anggaran kebutuhannya ataupun sekedar melakukan

pencatatan pengeluaran keuangan. Hal ini didukung dengan hasil data Survei OJK, dia menyebutkan literasi keuangan Indonesia tahun 2020 sebesar 40%. “Ini masih membutuhkan perjuangan panjang lebih dari setengah masyarakat Indonesia belum memahami sektor keuangan dengan benar. Banyaknya masyarakat yang belum terliterasi ini menjadi peluang bagi pelaku investasi bodong,” jelas Eko, dalam *Forum Diskusi Salemba Policy Center ILUNI UI* dengan tema “9 Tahun Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam Menjaga Inklusi Jasa Keuangan Indonesia”, (OkeFinance, 3/12/ 2020).

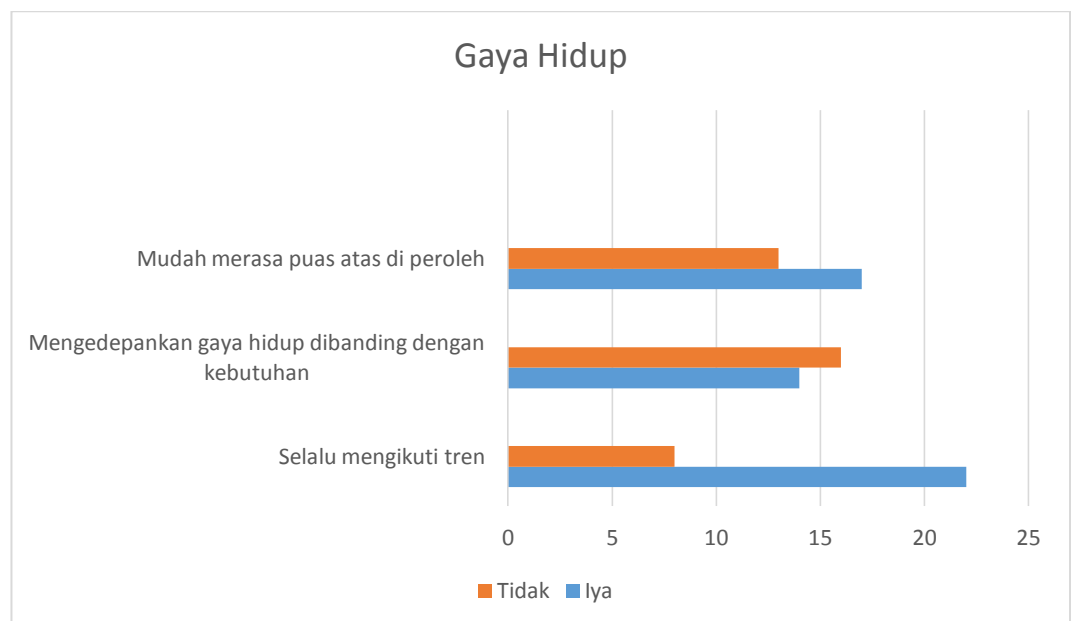
Selanjutnya faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah gaya hidup. Gaya hidup masyarakat sekarang ini sudah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berkembangnya zaman. Dahulu orang tidak terlalu mementingkan penampilan dan gaya hidup, tetapi sekarang berbeda keadaannya. Gaya hidup telah merasuk ke dalam semua golongan tak terkecuali mahasiswa. Kita pun tidak dapat menolak perubahan dan perkembangan saat ini. Bagaimanapun gaya hidup sudah menjadi ikon dari modernitas dan merupakan pilihan bagi kita untuk menseleksi dan memilih apa saja yang menjadi kebutuhan paling utama bagi mahasiswa agar tidak terjerumus dalam arus zaman. Pengetahuan informasi yang lebih modern, serta membuat gaya hidup mahasiswa berubah mulai dari pakaian, bergaul dan kegiatan lainnya yang sering mempengaruhi kegiatannya (D R Pulungan & Febriyanti, 2018).

Gaya hidup yang dimaksud adalah adaptif aktif dari individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk berinteraksi dan menyatu dengan orang lain. Gaya hidup dipengaruhi oleh keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dari seringnya berinteraksi dan menanggapi berbagai stimulus

yang ada. Gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain (Gunawan & Chairani, 2019). Disini ada suatu perilaku konsumsi yang merupakan dampak dari perkembangan zaman, dimana individu mengalami rasa ketidakpuasaan. Gaya hidup yang mengikuti trend biasanya memiliki tujuan agar terlihat sama seperti pengguna produk lain atau dari dalam diri menginginkan suatu perhatian lebih dari individu lain (Adlin, 2006).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pohann et al., 2021); (Patricia, 2014) dan (Alamanda, 2018) menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Peneliti melakukan pra survey berdasarkan dimensi dari gaya hidup, pada Gambar 1.3 dibawah ini:



Sumber : (Hasil Kuesioner, 2022)

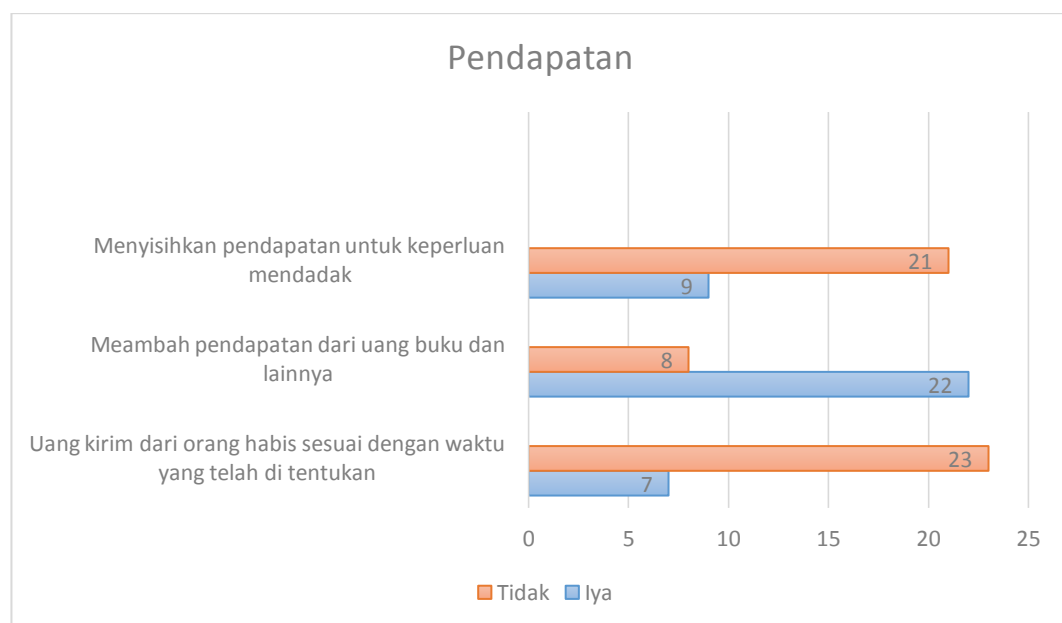
Gambar 1.2 Tingkat Gaya Hidup Pada Mahasiswa

Berdasarkan gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa sebagian mahasiswa tidak mampu mengelola keuangannya, dengan gaya hidup yang terbilang boros, dengan selalu mengikuti perkembangan trend tanpa memikirkan kondisi keuangan yang dimiliki sehingga dana yang seharusnya mampu memenuhi kebutuhan mereka selama satu bulan ke depan, tetapi habis lebih cepat. Hal ini didukung oleh hasil riset yang dilakukan oleh (Delyana Rahmawany Pulungan et al., 2018) menyimpulkan bahwa kemampuan mahasiswa yang belum maksimal dalam mengendalikan dirinya yaitu tidak mampu bersikap bijak dalam menggunakan uang, tidak mampu mengendalikan diri ketika bergaul dengan orang lain dan belum bisa bijak menghadapi perubahan zaman.

Selanjutnya faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah pendapatan. Pendapatan (Income) merupakan jumlah besaran uang yang didapatkan seseorang atas hasil usaha dan kinerjanya (Julita & Prabowo, B, 2021). Pada dasarnya pendapatan adalah hasil atas pengorbanan seseorang dalam bentuk materi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan menginvestasikan sumber pendapatan yang ada, seseorang dapat memilih beragam jenis investasi secara umum seperti saham, obligasi, deposito, emas, tanah, dan berbagai macam jenis investasi lainnya (Alexander & Pamungkas, 2019) . Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima selama periode tertentu berdasarkan jenis pekerjaan, prestasi dan lamanya bekerja. Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat. Pendapatan seseorang pada dasarnya tergantung dari pekerjaan di bidang jasa atau produksi, serta waktu jam kerja yang dicurahkan,

tingkat pendapatan perjam yang diterima (Arianti, 2018). Besar kemungkinan bahwa individu dengan pendapatan yang lebih akan menunjukkan perilaku manajemen keuangan lebih bertanggung jawab, mengingat dana yang tersedia memberi kesempatan untuk bertindak secara bertanggung jawab (Kholilah & Iramani, 2013).

Peneliti melakukan pra survey berdasarkan dimensi dari pendapatan, pada Gambar 1.4 dibawah ini:



Sumber : (Hasil Kuesioner, 2022)

Gambar 1.2 Tingkat Pendapatan Pada Mahasiswa

Berdasarkan gambar 1.4 diatas dapat dilihat bahwa adanya beberapa mahasiswa masih ceroboh dalam menggunakan uang dan bertindak tidak sesuai dengan kemampuan pendapatan mereka dimana banyak mahasiswa tidak mampu menyisihkan pendapatannya untuk keperluan mendadak selain itu uang yang dikirim dari orang tua habis terlebih dahulu dari waktu yang telah ditentukan sehingga banyak mahasiswa yang melakukan penambahan pendapatan dari meminta lebih uang buku dan uang lainnya kepada orangtua.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dalam penelitian mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya beberapa mahasiswa yang berperilaku konsumtif dimana adanya beberapa mahasiswa yang susah untuk membedakan antara kebutuhan dengan keinginan.
2. Tingkat literasi keuangan beberapa mahasiswa masih tergolong rendah.
3. Adanya beberapa mahasiswa tidak mampu menyesuaikan antara gaya hidup, dimana adanya mahasiswa yang memiliki gaya hidup yang boros.
4. Adanya beberapa mahasiswa masih ceroboh dalam menggunakan uang dan bertindak tidak sesuai dengan kemampuan pendapatan orang tua mereka.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara, maka ditemukan berbagai permasalahan yang muncul berdasarkan fenomena masalah yang terdapat pada mahasiswa. Namun dalam hal ini peneliti membatasi masalah pada literasi keuangan yang diukur dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangannya, gaya hidup yang dilihat dari perilaku dalam menggunakan uang,

pendapatan yang dilihat dari kiriman dari orang tua dan perilaku konsumtif yang dilihat dari kemampuan dalam membedakan kebutuhan dan keinginan dengan subjek mahasiswa serta sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara stambuk 2018 dan 2019 konsentrasi manajemen keuangan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
4. Apakah literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?

1.5 Tujuan Penelitian

Sebagaimana berkaitan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat mengetahui teori-teori tentang literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan dan perilaku konsumtif sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam hal literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan dan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran sebagai masukan dan saran terhadap peningkatan pengelolaan keuangan mahasiswa.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang.

Menurut (Wahyudi, 2013), “Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.” Berkonsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun konsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial yang dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Menurut (Fitriyani, 2013), yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis,

remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecendrungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Menurut (Mangkunegara, 2002) faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif adalah :

1. Faktor budaya.

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2. Faktor kelas social.

Kelas sosial adalah suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.

3. Faktor kelompok anutan

Kelompok anutan didefinisikan sebagai kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen.

4. Faktor keluarga

Keluarga merupakan suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam mengambil keputusan membeli.

5. Faktor pengalaman belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya.

6. Faktor kepribadian.

Kepribadian merupakan suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya.

7. Faktor sikap dan keyakinan

Sikap adalah suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakanya cenderung kearah berbagai objek atau ide. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu juga sebaliknya.

8. Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan.

9. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen, gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang.

Sedangkan menurut (Udayanti, 2018) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang mahasiswa, diantaranya:

1. Literasi keuangan

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan.

2. Kualitas pembelajaran

Pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kualitas kehidupan bangsa sangat penting untuk menciptakan bangsa yang cerdas, damai, terbuka dan demokrasi. Oleh karena itu, pembaharuan pendidikan harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan nasional

3. Pengendalian diri.

Pengendalian diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol dan mengolah faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi

Perilaku Konsumtif menurut (Kotler, 2015) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

1) Peran Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

2) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

3) Kelas Sosial

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata sosial tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

2. Faktor Sosial

Selain dari faktor budaya, perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Melalui orangtua, individu mendapatkan orientasi agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku konsumtif dapat tetap signifikan.

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku konsumtif. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

3 Faktor Personal

Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi terdiri dari:

1) Pekerjaan

Seorang pekerja akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

2) Pendapatan

Perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh jumlah pendapatan seseorang. Pendapatan yang terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva.

3) Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

3. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Setiap orang memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan perilaku konsumtif.

2) Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tapi bagaimana dengan individu yang termotivasi tersebut kemudian bertindak? Hal tersebut karena terpengaruh oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi. Perbedaan persepsi yang dialami individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan konsumtif.

3) Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara seseorang melihat dirinya dalam waktu tertentu sebagai gambaran mengenai apa yang dipikirkan. Setiap

orang memiliki konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap produk, baik berupa ataupun jasa.

4) Kepribadian

Kepribadian merupakan bentuk dan sifat yang terdapat pada diri individu dan memiliki pengaruh pada perubahan-perubahan perilaku. Kepribadian individu sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi, dan faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, serta masyarakat.

5) Kontrol Diri

Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk segala jenis aktivitas yang akan dilakukan oleh individu.

6) Pengalaman Belajar

Belajar merupakan proses yang membawa perubahan dalam penampilan sebagai akibat dari pengalaman sebelumnya.

2.1.1.3 Tujuan Dan Manfaat Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan).

Menurut (Tambunan, 2007) perilaku konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Perilaku keuangan konsumtif berhubungan dengan tanggung jawab keuangan seseorang mengenai cara pengelolaan keuangan mereka. Tanggung jawab keuangan adalah proses pengelolaan uang dan aset lainnya dengan cara yang dianggap produktif. Tugas utama pengelolaan uang adalah proses penganggaran. Menurut (Ida & Dwinta, 2010) dalam pernyataannya, “anggaran bertujuan untuk memastikan bahwa individu mampu mengelola kewajiban keuangan secara tepat waktu dengan menggunakan penghasilan yang diterima dalam keuangan yang sama”

2.1.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pada pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok.

Menurut (Lina & Rosyid, 2015) indicator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*) berarti perilaku membeli semamata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
2. Pemborosan (*Wasteful buying*) berarti perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

3. Mencari kesenangan (*Non rational buying*) berarti suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata mata untuk mencari kesenangan.

Sedangkan (Sumartono, 2012) menjelaskan perilaku konsumtif ke dalam delapan aspek, yaitu:

1. Membeli barang karena hadiah yang menarik.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, namun hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang menawarkan bonus atau hadiah dari pembelian yang dilakukannya. Contohnya adalah membeli dua baju untuk mendapatkan satu baju gratis dari pembelian tersebut. Aspek tersebut juga dapat diketahui melalui aktivitas membeli sejumlah barang untuk mendapatkan kupon belanja yang dapat ditukarkan.

2. Membeli barang karena kemasannya yang menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena cover dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.

3. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dari perilaku

individu yang sengaja membeli barang-barang mahal dan bermerek untuk dapat dipandang lebih dari teman-temannya.

4. Membeli barang karena ada program potongan harga.

Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja diberikan oleh pusat perbelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah seringnya individu membeli barang yang tidak dibutuhkan saat tersedia program potongan harga di pusat perbelanjaan.

5. Membeli barang untuk menjaga status sosial.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang-barang yang mahal dan bermerek untuk mencerminkan bahwa dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

6. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.

Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model iklan tersebut adalah seorang idola dari pembeli. Pembelian tanpa adanya pertimbangan yang rasional juga dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli suatu barang karena tertarik melihat pakaian tersebut sama dengan yang digunakan oleh idolanya.

7. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi

Individu membeli barang atau produk bukan karena berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Pembelian barang-barang yang mahal dan bermerek sering dilakukan oleh individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah sengaja membeli tas bermerek hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi saat menggunakan tas tersebut di depan teman-temannya.

8. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

Membeli barang sejenis dengan merk berbeda akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja. Individu yang cenderung berperilaku konsumtif biasanya sering melakukan pembelian barang-barang sejenis. Contohnya adalah dengan membeli dua sepatu yang modelnya sama pada merk berbeda.

Sedangkan menurut (Nilawati, 2014) perilaku konsumtif yang digambarkan dalam 4 indikator sebagai berikut.

1. Ingin tampak berbeda dengan orang lain.
2. Kebanggaan diri.
3. Ikut-ikutan
4. Pencapaian status sosial.

2.1.2 Literasi Keuangan

2.1.2.3 Pengertian Literasi Keuangan

Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi hal yang vital yang harus dimiliki setiap individu untuk menuju kehidupan yang sejahtera secara ekonomi di masa yang akan datang. Karena dengan pengalokasian pendapatan dan keuangan yang baik dan tepat menjadi salah satu syarat seseorang untuk menunjang

kesejahteraan hidup yang lebih baik. Seberapapun besar pendapatan atau penghasilan seseorang, jika tidak adanya pemahaman pengelolaan keuangan dengan baik dan tepat, maka hal tersebut malah akan menjadi ganjalan untuk kehidupan di masa depan.

Menurut (Lusardi & Mitchell, 2014) menyatakan bahwa literasi keuangan ialah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien. Selain itu (Brigham & Houston, 2014) mendefinisikan literasi keuangan sebagai keahlian yang dimiliki oleh individu dengan kemampuannya untuk mengelola pendapatannya agar tercapai peningkatan kesejahteraan finansial. Literasi keuangan yang menjadi hal dasar yang harus dipahami dan dikuasai oleh setiap individu karena berpengaruh terhadap kondisi keuangan seseorang serta memiliki dampak terhadap pengambilan keputusan ekonomi yang baik dan tepat

The President Advisory Council on Financial Literacy (2008) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan untuk mengelola keuangan yang efektif dan efisien untuk mencapai kesejahteraan hidup. Sementara itu menurut vitt, et al (2000) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan dalam membaca, menganalisis, mengelola uang, dan berkomunikasi tentang pengalokasian sumber daya keuangan yang berpengaruh pada tingkat kesejahteraan dan proses pengambilan keputusan ekonomi yang tepat. sedangkan (Mendari & Kewal, 2014) meyakini literasi keuangan yaitu kebutuhan dasar bagi setiap individu supaya terhindar dari masalah keuangan.

2.1.2.4 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap orang berbeda-beda. Perbedaan tingkat literasi keuangan itulah yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan antara individu satu dengan yang lainnya dalam mengumpulkan aset baik jangka pendek maupun jangka panjang. menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh: karakteristik demografi (gender, etnis, pendidikan dan kemampuan kognitif), latar belakang keluarga, kekayaan serta preferensi waktu.

Sedangkan (Capuano & Ramsay, 2011) menjelaskan bahwa faktor personal (intelegensi dan kemampuan kognitif), sosial dan ekonomi dapat mempengaruhi literasi keuangan dan perilaku keuangan seseorang. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi factor perbedaan tingkat literasi keuangan seseorang, baik faktor dari dalam diri individu dan faktor di luar individu.

Sedangkan menurut (Ansong & Gyensare, 2011) faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan:

1. Gender

Perbedaan gender sangat berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Laki-laki lebih mempunyai kepercayaan diri yang tinggi dalam membuat keputusan keuangan dibanding dengan perempuan yang lebih cenderung Risk Averse dibandingkan laki-laki.

2. Usia

Usia seseorang mengindikasikan banyaknya pengalaman yang diperoleh seseorang semasa hidupnya termasuk pengalamannya dalam masalah

keuangan sehingga semakin berpengalaman maka pengambilan keputusan keuangannya akan semakin baik pula.

3. Tingkat pendidikan orang tua

Orang tua yang memiliki tingkat pendidikan strata biasanya akan mengajarkan atau menurunkan pengetahuan tentang keuangan kepada anaknya apalagi jika orang tua tersebut berada pada jalur atau jurusan bidang keuangan. Sebab pengetahuan anak itu turun dari orang tuanya.

2.1.2.5 Jenis-jenis Literasi Keuangan

Literasi keuangan pada negara-negara yang memiliki pendapatan tinggi menjadi pelengkap perlindungan konsumen untuk akses terhadap produk dan layanan lembaga keuangan.

Menurut surat edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2014 menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan dengan lebih baik. Literasi keuangan diharapkan oleh OJK memberikan manfaat kepada masyarakat luas seperti kemampuan untuk memilih produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan, kemampuan membuat perencanaan keuangan yang baik, dan terhindar dari investasi yang tidak jelas. OJK membagi tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia menjadi empat, yaitu :

1. *Well literate*, yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan

risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2. *Sufficient literate*, yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
3. *Less literate*, yaitu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
4. *Not literate*, yaitu tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Edukasi tentang literasi keuangan menjadi tugas yang penting untuk Indonesia, salah satu upaya yang dijalankan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan menjalankan program Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI). Program tersebut bertujuan untuk meningkatkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia yang diharapkan akan membantu dalam proses pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi selain dari OJK, para kaum akademisi harus ikut serta dalam proses edukasi keuangan karena mereka memiliki modal intelektual dari bangku kuliah yang harus disalurkan kepada masyarakat secara luas.

2.1.2.6 Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk membaca dan memahami hal-hal yang berhubungan dengan masalah finansial/keuangan.

Menurut (Nababan & Sadali, 2012) menjelaskan bahwa dalam literasi keuangan terdapat beberapa aspek yang meliputi:

1. *Basic Personal Finance*, yaitu tentang pengetahuan dasar yang dimiliki oleh individu dalam memahami sistem keuangan seperti inflasi, suku bunga, likuiditas aset, kredit dan lain sebagainya.
2. *Cash Management* (manajemen uang), yaitu kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan mereka secara baik dan tepat. Jika seorang individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik maka akan semakin baik juga mereka dalam mengelola keuangannya.
3. *Credit and Debt Management* *Credit management* (menajemen kredit) merupakan suatu proses kegiatan yang saling berkorelasi antara satu dengan yang lainnya secara sistematis dalam pengumpulan dan penyajian informasi perkreditan suatu bank.

Sedangkan menurut (Chen & Volpe, 2011) membagi literasi keuangan menjadi 4 indikator dalam pemahaman terhadap pengelolaan keuangan pribadi yang meliputi :

1. *General Personal Finance*, yaitu kemampuan untuk memahami sesuatu yang berhubungan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
2. *Saving and borrowing*, yaitu kemampuan untuk memahami hal-hal yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman.
3. *Insurance*, pemahaman individu tentang pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi pendidikan dan asuransi jiwa.
4. *Investment*, yaitu kemampuan dasar untuk memahami sesuatu yang berkaitan tentang suku bunga, risiko investasi, pasar modal, reksa dana, dan deposito.

2.1.3 Gaya Hidup

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di masyarakat. Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga memengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, gaya hidup merupakan aspek utama yang memengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk.

Menurut (Sunarto, 2015), mendefinisikan gaya hidup atau life style adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi AIO (*activities, interest, opinion*) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis.

Menurut (Wardhani et al., 2015), Gaya hidup kebanyakan dilukiskan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Sedangkan (Kotler & Amstrong, 2012) mendefinisikan bahwa gaya

hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia.

Selanjutnya menurut (Hawskin et al., 2013) bagaimana seseorang hidup. Termasuk produk yang seseorang beli, cara menggunakannya, dan yang dipikirkan dan rasakan tentang produk tersebut.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Gaya Hidup

Tujuan gaya hidup menurut (Sunarto, 2013) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO *activities* (aktivitas), *interest* (minat) dan *opinion* (opini).

Sedangkan Menurut (Sumarwan, 2012) menjelaskan bahwa: “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinion*). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.

2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut (Kasali, 2007) mengemukakan bahwa faktor-faktor gaya hidup dari para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel aktivitas, interest (minat), dan opini pandangan-pandangan.

Selanjutnya menurut (Kotler & Armstrong, 2012) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor

yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

1. Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dengan penjelasannya sebagai berikut :

- 1) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang di organisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

- 2) Pengalaman dan pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

- 3) Kepribadian.

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

- 4) Motif.

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise

itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

5) Persepsi.

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2. Faktor eksternal terdiri dari:

1) Kelompok referensi.

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga.

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3) Kelas sosial.

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah

urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

4) Kebudayaan.

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

2.1.3.4 Indikator Gaya Hidup

Setiap orang mempunyai gaya hidup yang tidak permanen dan cepat berubahubah. Terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009)

1. Kegiatan (*Activity*) adalah hal-hal apa yang dikerjakan oleh konsumen, berkaitan dengan produk apa yang dibeli atau yang akan digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.

Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

2. Minat (*Interest*) Merupakan apa saja yang menarik untuk konsumen berkaitan dengan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
3. Opini (*Opinion*) adalah Pandangan maupun perasaan konsumen dalam menanggapi atau mendiskripsikan penapsiran mengenai produk yang bersifat global maupun lokal. Dimana i digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternative.

Selanjutnya (Peter & Oloson, 2012) mengemukakan bahwa gaya hidup diukur dengan bertanya pada konsumen tentang :

1. kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas), dan
2. Opini (tentang isu sosial, isu politik, bisnis).

2.1.4 Pendapatan

2.1.4.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (biasanya satu bulan). Pendapatan dapat berupa upah/gaji, atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden, serta pembayaran

transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tujangan sosial (misal beasiswa) atau asuransi pengangguran (Herlindawati, 2017). Pendapatan itu diperoleh terutama dari hasil penjualan produk atau jasa (Gunawan & Sari, 2019). Sedangkan (Dwinta, 2010) personal income adalah total pendapatan kotor seorang individu tahunan yang berasal dari upah, perusahaan bisnis, dan berbagai investasi. pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa waktu tersebut dapat berupa sewa, upah/ gaji, bunga ataupun laba. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara. Pendapatan dapat digunakan oleh para penerimanya, yaitu semua rumah tangga yang ada dalam perekonomian, untuk membeli barang-barang dan jasa-jasa yang mereka inginkan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pendapatan merupakan upah dan gaji atas jam kerja atau pekerjaan yang telah diselesaikan, upah lembur, semua bonus dan tunjangan, perhitungan waktu-waktu tidak bekerja, bonus yang dibayarkan tidak teratur, penghargaan, dan nilai pembayaran sejenisnya. Sedangkan pendapatan rumah tangga menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu pendapatan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga. Berdasarkan pengertian tersebut bahwa pendapatan adalah seluruh jumlah uang yang diterima dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan sebagainya bersama dengan tunjangan, uang pensiun yang diperoleh per bulan.

2.1.4.2 Sumber-sumber Pendapatan

(Nurlaila, 2017) menyatakan secara umum pendapatan dapat diperoleh melalui tiga sumber, yaitu:

1. Gaji dan upah Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.
2. Pendapatan dari kekayaan Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total produksi dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan baik dalam bentuk uang atau lainnya, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa kapital untuk sendiri tidak diperhitungkan.
3. Pendapatan dari sumber lain Dalam hal ini pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan

2.1.4.3 Indikator Pendapatan

Menurut (Basri, 1995, Hal 186). Pendapatan dibagi menjadi 4 indikator, yaitu:

1. Pendapatan dari gaji dan upah yaitu suatu penerimaan sebagai imbalan dari pengusaha kepada pekerja untuk pekerjaan atau jasa yang telah atau akan dilakukan, dinyatakan atau dinilai dalam bentuk uang yang ditetapkan menurut suatu persetujuan, atau perundang-undangan dan dibayarkan atas dasar suatu perjanjian kerja antara pengusaha dengan pekerja termasuk tunjangan baik untuk pekerja sendiri maupun keluarganya.
2. Pendapatan dari usaha yaitu imbalan dari jabatannya sebagai pemilik usaha.

3. Pendapatan dari transfer rumah tangga lain yang terdiri dari uang kiriman, warisan, sumbangan, hadiah, hibah dan bantuan.
4. Pendapatan dari lainnya yang meliputi pendapatan dari sewa, bunga deviden, pensiun, beasiswa dan sebagainya.

Dan menurut (Bramastuti, 2009) indikator pendapatan antara lain:

1. Pendapatan yang diterima perbulan

Pendapatan yang diterima seluruh anggota keluarga yang sudah bekerja, dihitung selama satu bulan. Pendapatan dapat diperoleh dengan menghitung pendapatan rumah tangga selama seminggu dan diproyeksikan menjadi pendapatan perbulan . satuan yang digunakan adalah rupiah.

2. Pekerjaan

Pekerjaan adalah sebuah aktivitas intelektual yang dipelajari sebelumnya dan masih menjadi sebuah keahlian yang menjadi sebuah kegiatan rutin yang dilakukan.

3. Anggaran biaya sekolah

Anggaran biaya sekolah pada dasarnya adalah pernyataan sistem yang berkaitan dengan program pendidikan, yaitu penerimaan dan pengeluaran yang direncanakan dalam suatu periode kebijakan keuangan (fiscal),serta didukung dengan data yang mencerminkan kebutuhan, tujuan proses pendidikan dan hasil sekolah yang direncanakan.

4. Beban keluarga yang ditanggung

Beban keluarga yang ditanggung adalah jumlah keluarga yang masih menjadi tanggungan dari keluarga tersebut, baik itu saudara kandung

maupun saudara bukan kandung yangh tinggal dalam satu rumah tapi belum bekerja.

2.2 Kerangka Konspetual

Kerangka konseptual disajikan untuk melihat gambaran mengenai keterkaitan dan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut (Sugiyono, 2018a) kerangka konseptual merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Pengelolaan keuangan keluarga berdasarkan pada status sosial ekonomi orang tua meliputi tingkat pendidikan orang tua, jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, jabatan sosial orang tua dan uang saku mahasiswa (Gunawan et al., 2020).

Literasi keuangan tidak terbatas pada pengertian pegetahuan, keterampilan dan keyakinan akan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang ada, namun sikap dan perilaku juga memberikan pengaruh dalam meningkatkan literasi keuangan demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat (OJK, 2017).

Tingkat literasi keuangan sangat penting bagi setiap individu, sebab apabila seorang individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik (*well literate*) maka individu tersebut akan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Istilah melek finansial mengacu pada seperangkat keterampilan dan

pengetahuan individu yang memungkinkannya membuat keputusan yang tepat dan efektif melalui pemahaman tentang keuangan (Gupta & Singh, 2013).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Qurota'yun, 2019) Dan (Udayanthi, 2018) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup atau *life style* adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini harus mengukur dimensi AIO (activities, interest, opinion) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk) (Sunarto, 2013)

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2013)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Patricia, 2014) dan (Alamanda, 2018) menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2.2.3 Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pendapatan kotor seseorang berasal dari upah, perusahaan bisnis, dan berbagai hasil dari investasi. Pendapatan adalah pengasilan sebelum pajak dan dapat diukur berdasarkan pendapatan dari semua sumber, komponen terbesar dari total pendapatan adalah upah dan gaji.

Selain itu, terdapat banyak kategori lain pendapatan yaitu termasuk pendapatan sewa, pembayaran subsidi pemerintah, pendapatan bunga, dan pendapatan dividen. Pendapatan keluarga atau rumah tangga dapat diartikan sebagai pendapatan yang diperoleh dari beberapa sumber pendapatan yaitu penghasilan suami yang digabungkan dengan penghasilan istri. Keluarga dengan pendapatan yang tersedia akan menunjukkan perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab, mengingat pendapatan yang tersedia memberikan kesempatan untuk mengelola keuangan dengan bijak dan tepat, serta individu akan mencari informasi yang relevan untuk hasil yang maksimal.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ratna, 2015) dan (Fajirin, 2021) menyimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah pola hidup individu yang dinyatakan dengan tindakan dan kebiasaan, juga menggambarkan bagaimana individu berintegrasi dengan lingkungannya dan mencerminkan individu dalam berbuat dan berperilaku. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat berarti sebagai pola hidup individu yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatannya dalam membelajakan uangnya dan bagaimana menghabiskan waktu.

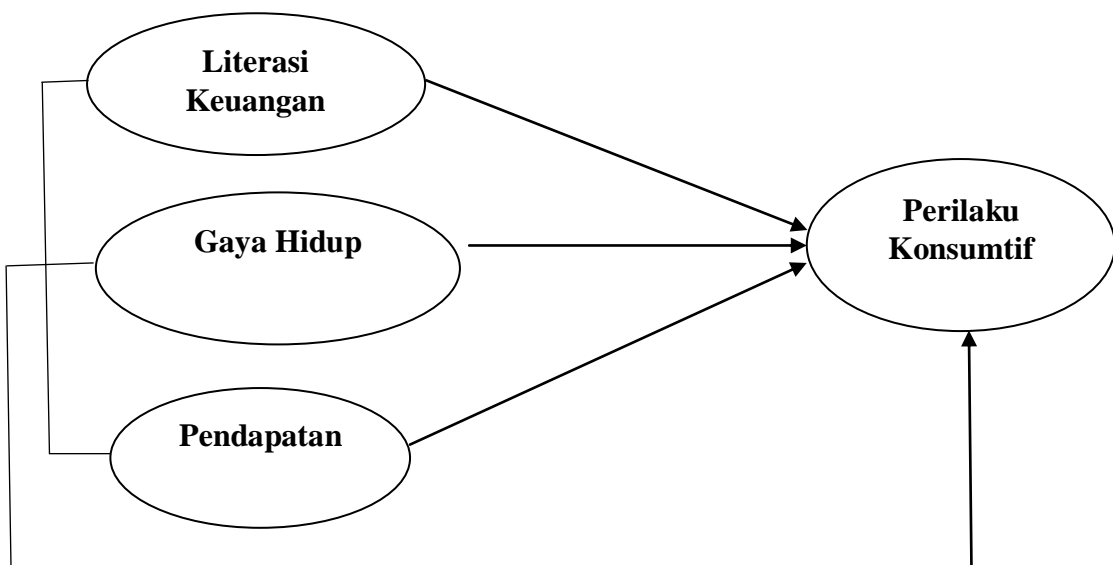
Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut (Wahyuni et al., 2022). Pengelolaan keuangan keluarga berdasarkan pada status sosial ekonomi orang tua meliputi

tingkat pendidikan orang tua, jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, jabatan sosial orang tua dan uang saku mahasiswa (Gunawan et al., 2020).

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2013).

Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa waktu tersebut dapat berupa sewa, upah/gaji, bunga ataupun laba. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara. Memahami aspek sikap keuangan dalam mengelola keuangan karena setiap tipe sikap keuangan berbeda dalam cara mengelola keuangannya.

Berdasarkan uraian sebelumnya dan penelitian terdahulu maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut (Juliandi et al., 2015) Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, karena mengambil sampel dari satu populasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel penelitian dan hipotesis pengujian (Juliandi et al., 2015). Pendekatan penelitian ini dilihat dari cara penjelasannya dan bertujuan untuk membuktikannya adanya pengaruh antar variabel bebas (literasi keuangan, X1) dan variabel (gaya hidupX2) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif). Dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan *assosiatif* dan *kuantitatif*, pendekatan assosiatif adalah suatu pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan pengaruh atau pengaruh diantara kedua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Kemudian data yang dikumpulkan dalam bentuk kuantitatif.

Menurut (Sugiyono, 2018a) pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Menurut (Sugiyono, 2018a) metode kuantitatif juga dapat diartikan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian. Menurut (Sugiyono, 2018a) adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variable yang dapat diukur. Adapun yang menjadi defenisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

1. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Tabel 3.1
Indikator Perilaku Konsumtif

No	Indikator
1	Ingin tampak berbeda dengan orang lain.
2	Kebanggaan diri
3	Ikut-ikutan
4	Pencapaian status sosial

Sumber: (Nilawati, 2014)

2. Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan hidup, di mana keputusannya dapat berdampak pada masyarakat, negara, dan ekonomi secara global.

Tabel 3.2
Indikator Literasi Keuangan

No	Indikator
1	<i>Basic Personal Finance</i>
2	<i>Cash Management</i>
3	<i>Credit and Dept Management Credit management</i>

Sumber: (Nababan & sadalia, 2012)

3. Gaya Hidup (X2)

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di masyarakat.

Tabel 3.3
Indikator Gaya Hidup

No	Indikator
1	Kegiatan (<i>Activity</i>)
2	Minat (<i>Interest</i>)
3	Opini (<i>Opinion</i>)

Sumber: (Mandey, 2009)

4. Pendapatan (X3)

Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu.

Tabel 3.4
Indikator Pendapatan

No	Indikator
1	Pendapatan yang diterima perbulan
2	Pekerjaan
3	Anggaran biaya sekolah
4	Beban keluarga yang ditanggung

Sumber: (Bramastuti, 2009)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara jl. Muchtar Basri No 3, Kota Medan, Sumatera Utara

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan mulai dari bulan April 2022 sampai Agustus 2022. Rencana kegiatan penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.5
Rencana Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian																			
		April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul				■																
2	Riset awal					■	■	■	■												
3	Pembuatan skripsi									■	■	■	■								
4	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■				
5	Seminar Skripsi																	■	■	■	■
6	Riset																				
7	Penyusunan Skripsi																				
8	Bimbingan Sekripsi																				
9	Sidang Meja Hijau																				

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018a) menyatakan bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2018 sampai

stambuk 2019 yang berjumlah 289 orang mahasiswa konsentrasi manajemen keuangan.

Berikut ini adalah data mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2018 sampai stambuk 2019 yang berjumlah 289 orang mahasiswa konsentrasi manajemen keuangan.

Tabel 3.6
Data Populasi

Stambuk	Jumlah Mahasiswa
2018	117 Orang
2019	172 Orang
Total	289 Orang

Sumber : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018b) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik oleh populasi tersebut. Dikarenakan keterbatasan waktu dan banyaknya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya sebahagian dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang memilih konsentrasi keuangan. Berdasarkan populasi yang ada, ukuran sampel minimum diperoleh dengan menggunakan rumus slovin, maka disusun perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(M)^2}$$

$$n = \frac{289}{1 + 289(0.1)^2} = 74,29$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

M = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan

Pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maksimum 10%.

Berdasarkan perhitungan slovin diatas maka, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 74 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang memilih konsentrasi keuangan. Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Nonprobability* Sampling dengan menggunakan teknik *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2018).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sebelum dilakukan pengumpulan data, seorang penulis harus terlebih dahulu untuk menentukan cara pengumpulan data apa yang akan digunakan digunakan. Alat pengumpulan data yang digunakan harus sesuai dengan kesahihan (validitas) dan keandalan atau konsistensi (realibilitas). Menurut (Juliandi et al., 2015) ada 3 alat pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Wawancara/*Interview*, Menurut (Juliandi et al., 2015) merupakan dialog langsung antara peneliti dengan responden. Wawancara dapat dilakukan apabila jumlah respondennya hanya sedikit. Wawancara tersebut untuk mengetahui permasalahan dari variabel yang akan diteliti. Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Teknik

wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang beberapa informasi yang relevan dengan penelitian yang digunakan.

2. Kuisisioner/angket, Menurut (Juliandi et al., 2015) kuisisioner merupakan pertanyaan/ Pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti, angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak.
3. Studi dokumentasi. Menurut (Juliandi et al., 2015) merupakan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu dengan cara mengumpulkan data dengan melihat atau mengamati secara langsung suatu objek yang diteliti.

Menurut (Juliandi et al., 2015) kuisisioner merupakan pernyataan/ pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyaknya. Dalam memperoleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Lembar kuisisioner yang diberikan pada responden diukur dengan skala likert yang terdiri dari lima pernyataan dengan rentang mulai dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”, setiap jawaban diberi bobot nilai:

Tabel 3.6
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., 2015)

Penelitian dilakukan dengan melakukan studi dokumen untuk membuat uraian secara teoritis, dan berdasarkan kajian-kajian teoritis dari buku-buku perpustakaan maupun uraian teoritis lainnya yang diambil dari bahan tulisan yang lainnya yang berhubungan dengan apa yang mau teliti ini dengan mengaplikasikan pada kondisi yang ada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selanjutnya setelah angket disebar untuk mengukur valid serta handalnya suatu instrumen maka dilakukan uji validitas dan realibilitas.

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kemahiran suatu instrument pertanyaan sebagai alat ukur variabel penelitian (Juliandi et al., 2015) Uji validitas penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Berikut rumus menguji validitas adalah sebagai berikut:

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan:

n	= banyaknya pasangan pengamatan
$\sum x_i$	= jumlah pengamatan variabel X
$\sum x_i^2$	= jumlah pengamatan variabel X
$\sum y_i$	= jumlah pengamatan variabel Y
$(\sum x_i^2)$	= jumlah kuadrat pengamatan variabel X
$(\sum y_i^2)$	= jumlah kuadrat pengamatan variabel Y
$\sum x_i y_i$	= jumlah hasil kali sampel X dan Y

Kriteria penarikan kesimpulan :

Menurut (Juliandi, dkk, 2015) ketentuan apakah suatu butir instrumen valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya.

1. Suatu item instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai korelasinya (r) $\geq r$ tabel atau nilai probabilitas $\text{sig} < 0,05$.
2. Suatu item instrumen dapat dikatakan tidak valid apabila nilai korelasi (r) $\leq r$ tabel atau nilai probabilitas $\text{sig} > 0,05$.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Keuangan (Y)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1.1	0.832 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.2	0.863 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.3	0.881 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.4	0.853 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.5	0.839 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.6	0.750 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.7	0.822 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.8	0.831 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa dari seluruh item yang diajukan terhadap responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid.

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.899 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X1.2	0.877 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X1.3	0.850 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X1.4	0.803 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X1.5	0.858 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X1.6	0.894 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa dari seluruh item yang diajukan terhadap responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid.

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0.887 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X2.2	0.892 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X2.3	0.848 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X2.4	0.832 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X2.5	0.789 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X2.6	0.914 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa dari seluruh item yang diajukan terhadap responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid.

Tabel 3.10
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (X3)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
Pendapatan (X3)	X3.1	0.59 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.2	0.654 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.3	0.787 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.4	0.809 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.5	0.800 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.6	0.826 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.7	0.779 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid
	X3.8	0.741 > 0,230	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa dari seluruh item yang diajukan terhadap responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid.

Menurut (Juliandi et al., 2015) tujuan pengujian reabilitas untuk menilai apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Uji reabilitas dilakukan setelah uji validitas atas pernyataan yang telah valid. Pengujian reabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus :

$$r = \frac{[k] [\sum \sigma b^2]}{k-1 \quad \sigma i^2}$$

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan:

r = realibilitas instrument (*cronbach alpha*)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians butir

σi^2 = Varians Total

Menurut (Juliandi et al., 2015) ketentuan apakah suatu butir instrumen memiliki reabilitas yang baik atau tidak adalah jika nilai koefisien reabilitas (*cronbach's Alpha*) > 0,6.

Tabel 3.11
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0.937	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (X1)	0.931		Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.930		Reliabel
Pendapatan (X3)	0.900		Reliabel

Sumber : SPSS. 24.00

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument menunjukkan tingkat reliabilitas instrument penelitian sudah memadai karena semua variabel > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari setiap variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Menurut (Juliandi et al., 2015) data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau *numeric* tertentu. Kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan rumusan dibawah ini:

3.6.1 Metode regresi linear berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X1 = literasi keuangan

X2 = gaya hidup

X3 = Pendapatan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = besaran koefisien dari masing-masing variabel

e = Error Terms

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistik berada dalam daerah signifikan secara statistik, apabila nilai uji statistik berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya, disebut signifikan bila uji statistik berada dalam daerah H_0 diterima.

3.6.2 Asumsi klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi linier berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari :

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat atau bebasnya memiliki distribusi normal atau tidak (Juliandi et al., 2015)

Pengujian normalitas dapat dilihat dengan melihat P-Plot. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga data dalam model regresi penelitian cenderung normal (Juliandi et al., 2015).

Selanjutnya pengujian normalitas dapat di lihat dari grafik histogram. Pola berdistribusi normal apabila kurva memiliki kecenderungan yang berimbang, baik pada sisi kiri maupun kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang sempurna, (Juliandi et al., 2015).

Adapun pengujian normalitas data dengan menggunakan cara kolmogorov smirnov. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitisnya. Data adalah normal, jika nilai kolmogrog smirnov adalah tidak signifikan (Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha 0,05$). (Juliandi et al., 2015).

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel independen (Juliandi et al., 2015). Jika variabel Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas, demikian juga sebaliknya. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflasi Factor*) antar variabel

independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan VIF > 10.

3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas (Juliandi et al., 2015). Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas adalah :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.3 Pengujian Hipotesis

3.6.3.1 Uji secara Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r_{xy}^2)}}$$

(Sugiyono, 2018a)

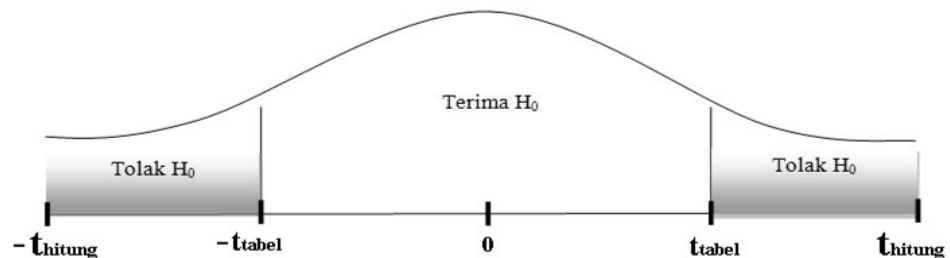
Keterangan :

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Pengujian hipotesis :



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis uji T

Kriteria pengujian:

1. $H_0: r_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).
2. $H_0: r \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi ganda yang dihitung dengan rumus :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

(Sugiyono, 2018a)

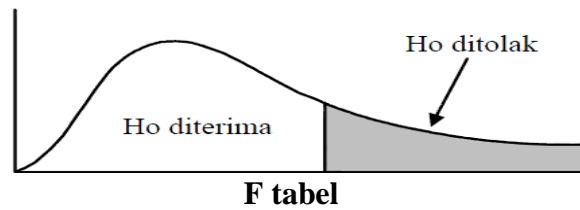
Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis uji F

Bentuk pengujiannya adalah :

1. $H_0 : \beta = 0$, tidak ada pengaruh variabel x dengan variabel y
2. $H_0 : \beta \neq 0$, ada pengaruh variabel x dengan variabel y

3.6.4 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi (*R-Square*) menurut (Juliandi et al., 2015) digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan :

D = Determinasi

R^2 = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase Kontribusi

Untuk mengetahui metode estimasi yang memberikan hasil yang lebih baik, maka kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai *R-Square* (R^2) yang menunjukkan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Menurut (Ghozali, 2013), nilai R^2 yang

kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi semakin besar, maka semakin besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya.

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel literasi keuangan (X1), 6 pernyataan untuk variabel gaya hidup (X2), 8 pernyataan untuk variabel gaya hidup (X3) dan 8 pernyataan untuk variabel perilaku konsumtif (Y). Angket yang disebar ini diberikan kepada 74 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel ceklis yang terdiri dari 5 (lima) opsi pernyataan dan bobot –penelitian.

4.1.2 Karakteristik Responden

Hasil tabulasi karakteristik 74 responden diolah menggunakan program SPSS yang menghasilkan deskripsi statistik responden dalam penelitian adalah berdasarkan jenis kelamin dari 74 responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Uraian	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin :		
Pria	38	51,35
Wanita	36	48,65
Jumlah	74	100

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa mayoritas jenis kelamin responden yaitu laki-laki yaitu 38 orang atau 51,35%, perempuan sebanyak 36

orang atau 48,65%. Dari data di atas mayoritas responden laki-laki yaitu berjumlah 38 orang.

4.1.2 Jawaban Responden

4.1.2.1 Perilaku Konsumtif

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel perilaku konsumtif yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 4.2
Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Jawaban Y											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	27.0	30	40.5	13	17.6	7	9.5	4	5.4	74	100%
2	21	28.4	33	44.6	9	12.2	5	6.8	6	8.1	74	100%
3	20	27.0	35	41.7	9	12.2	6	8.1	4	5.4	74	100%
4	22	29.7	28	37.8	11	14.9	9	12.2	4	5.4	74	100%
5	17	23.0	32	43.2	14	18.9	10	13.5	1	1.4	74	100%
6	14	18.9	33	44.6	13	17.6	10	13.5	4	5.4	74	100%
7	27	36.5	26	35.1	12	16.2	8	10.8	1	1.4	74	100%
8	20	27.0	38	51.4	8	10.8	6	8.1	2	2.7	74	100%

Sumber : Data Diolah 2022

Dari tabel 4.4 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang berusaha agar tampil berbeda dengan orang lain, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 30 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 40.5%.
2. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 33 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 44.6%.

3. Jawaban responden tentang membeli karena mahal, agar memiliki rasa percaya diri, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 35 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 41.7%.
4. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena mengidolakan model yang mengiklan, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 28 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 37.8%.
5. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena agar sejalan dengan teman, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 32 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 43.2%.
6. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena ikut-ikutan kawan, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 33 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 44.6%.
7. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena simbol status, mayoritas menjawab “sangat setuju” sebanyak 27 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 36.5%.
8. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa agar dipandang lebih baik dari orang lain, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 38 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 51.4%.

4.1.2.2 Literasi Keuangan

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel literasi keuangan yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Skor Angket Untuk Variabel Literasi Keuangan (X1)

No.	Jawaban X1											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	28.4	30	40.5	10	13.5	7	9.5	6	8.1	74	100%
2	20	27.0	30	40.5	12	16.2	7	9.5	5	6.8	74	100%
3	20	27.0	27	36.5	14	18.9	2	2.7	11	14.9	74	100%
4	17	23.0	36	48.6	6	8.1	9	12.2	6	8.1	74	100%
5	15	20.3	24	32.4	17	23.0	12	16.2	6	8.1	74	100%
6	20	27.0	28	37.8	12	16.2	7	9.5	7	9.5	74	100%

Sumber : Data Diolah 2022

Dari tabel 4.3 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang mengetahui tentang inflasi, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 30 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 40.5%.
2. Jawaban responden tentang mengetahui pasar modal merupakan salah satu alat investasi, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 30 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 40.5%.
3. Jawaban responden tentang mengetahui manfaat Pengelolaan keuangan, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 27 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 36.5%.
4. Jawaban responden tentang mengetahui cara mengelolakeuangan yang baik danbijaksana, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 36 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 48.6%.
5. Jawaban responden tentang menggunakan bank untuk menyimpan tabungan, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 24 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 32.4%.

6. Jawaban responden tentang mengetahui perhitungan tingkat bunga sederhana, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 28 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 37.8%.

4.1.2.3 Gaya Hidup

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel gaya hidup yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Skor Angket Untuk Variabel Gaya Hidup (X2)

No.	Jawaban X2											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	24.3	37	50.0	9	12.2	4	5.4	6	8.1	74	100%
2	15	20.3	43	58.1	5	6.8	3	4.1	8	10.8	74	100%
3	15	20.3	35	47.3	13	17.6	4	5.4	7	9.5	74	100%
4	16	21.6	38	51.4	9	12.2	5	6.8	6	8.1	74	100%
5	8	10.8	39	52.7	13	17.6	9	12.2	5	6.8	74	100%
6	17	23.0	34	45.9	10	13.5	5	6.8	8	10.8	74	100%

Sumber : Data Diolah 2022

Dari tabel 4.4 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang selalu melakukan hobi apabila waktu lenggang, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 37 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 50.0%.
2. Jawaban responden tentang sering mengalokasikan waktu untuk hiburan diri, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 37 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 58.1%.
3. Jawaban responden tentang prioritas saya dalam media sosial, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 35 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 47.3%.

4. Jawaban responden tentang tindakan yang saya lakukan berdasarkan pengaruh sosial, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 38 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 51.4%.
5. Jawaban responden tentang tindakan yang saya buat berdasarkan alasan masa depan, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 39 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 52.7%.
6. Jawaban responden tentang tindakan saya berdasarkan pengetahuan Pendidikan yang saya miliki, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 34 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 45.9%.

4.1.2.4 Pendapat

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel pendapatan yang dirangkum dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5
Skor Angket Untuk Variabel Pendapatan (X3)

No.	Jawaban X3											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	24	32.4	31	41.9	12	16.2	5	6.8	2	2.7	74	100%
2	14	18.9	34	45.9	14	18.9	10	13.5	2	2.7	74	100%
3	21	28.4	34	45.9	8	10.8	7	9.5	4	5.4	74	100%
4	24	32.4	26	35.1	13	17.6	7	9.5	4	5.4	74	100%
5	18	24.3	39	52.7	10	13.5	7	9.5	0	0	74	100%
6	22	29.7	30	40.5	11	14.9	8	10.8	3	4.1	74	100%
7	37	50.0	18	24.3	12	16.2	4	5.4	3	4.1	74	100%
8	23	31.1	35	41.7	10	13.5	3	4.1	3	4.1	74	100%

Sumber : Data Diolah 2022

Dari tabel 4.5 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang pendapatan yang saya terima dalam bulannya mampu menghidupi saya selama satu bulannya, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 31 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 41.9%.
2. Jawaban responden tentang menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk di tabung, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 34 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 45.9%.
3. Jawaban responden tentang pekerjaan saya merupakan sumber utama pendapatan, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 34 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 45.9%.
4. Jawaban responden tentang bekerja sungguh-sungguh untuk memperoleh pendapatan setiap bulannya, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 26 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 35.1%.
5. Jawaban responden tentang menyisihkan sebagian pendapatan perbulannya untuk biaya kuliah, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 39 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 52.7%.
6. Jawaban responden tentang menyusun rencana anggaran biaya kuliah saya, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 30 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 40.5%.
7. Jawaban responden tentang pendapatan saya bersumber dari keluarga saya, mayoritas menjawab “sangat setuju” sebanyak 37 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 50.0%.

8. Jawaban responden tentang saya merupakan beban keluarga, mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 35 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 41.7%.

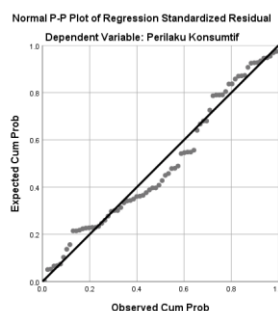
4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda terlebih dahulu dilakukan uji lolos kendala liner atau uji asumsi klasik. Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui Apakah suatu variabel bormal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Normal atau tidaknya data berdasarkan patokan distribusi normal data dengan *mean* dan standar deviasi yang sama. Jadi asumsi klasik pada dasarnya memiliki kriteria-kriteria sebagai berikut.

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui Apakah variabel dalam sebuah model regresi, yaitu variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi secara normal atau tidak.



Sumber: Data diolah SPSS versi 24.0

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Pada grafik normal p-plot terlihat pada gambar diatas bahwa pola grafik normal terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan

penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *Kolmogrov Smirnov* (K-S). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak normal. uji *Kolmogrov Smirnov* yaitu *Asymp, Sig.* lebih kecil dari 0,05 (*Asymp, Sig.* < 0,05 adalah tidak normal).

Tabel 4.6
Hasil Uji Kolmogrov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29754213
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.088
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: SPSS Versi 24.00

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa nilai K-S variabel literasi keuangan, gaya hidup, pendapatan dan perilaku konsumtif telah berdistribusi secara normal karena dari masing-masing variabel memiliki probabilitas lebih dari 0,05 yaitu $0,094 > 0,05$

Nilai masing-masing variabel yang telah memenuhi standar yang telah ditetapkan dapat dilihat pada baris *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari baris tersebut nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,173. Ini menunjukkan variabel berdistribusi secara normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi antara variabel independen (bebas). Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) yang tidak melebihi 10 atau 5.

Berikut ini merupakan hasil pengujian dengan menggunakan Uji Multikolinieritas pada data yang telah diolah berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Literasi Keuangan	.313	3.197
	Gaya Hidup	.346	2.893
	Pendapatan	.316	3.169

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

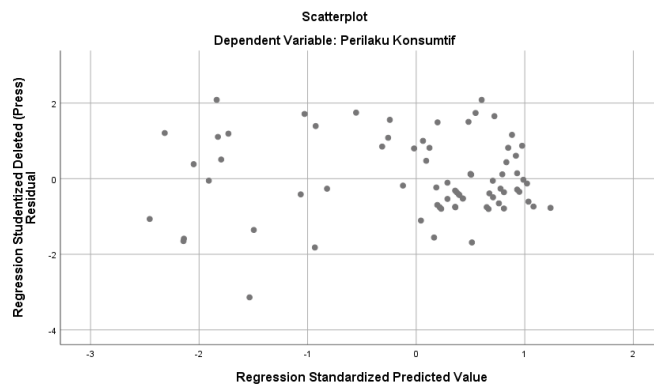
Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai tolerance sebesar $0.313 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $3.197 < 5$. Variabel gaya hidup memiliki nilai tolerance sebesar $0.346 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $2.893 < 5$. Variabel pendapatan memiliki nilai tolerance sebesar $0.316 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $3.169 < 5$ Variabel. Dari masing-masing variabel memiliki nilai tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 5 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke

pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Ada beberapa cara untuk menguji ada atau tidaknya situasi heteroskedastisitas dalam varian *error terms* untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *chart* (Diagram *Scatterplot*).



Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata diatas dan dibawah garis nol, tidak berkumpul di satu tempat, serta tidak membentuk satu pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4.2.2.4 Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode ke $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai *Durbin Watson* (D-W) : Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.949 ^a	.900	.895	2.34626	1.456
a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan					
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber : SPSS 24.00

Dari tabel diatas bahwa nilai Durbin Watson (DW hitung) adalah sebesar 1,164 Dengan demikian tidak ada autokorelasi didalam model regresi karena DW berada diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

4.2.3 Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini memiliki dua variabel independen, yaitu literasi keuang, gaya hidup, pendapatan dan satu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif.

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.302	1.359		-.223	.825
	Literasi Keuangan	.295	.077	.258	3.815	.000
	Gaya Hidup	.411	.079	.335	5.201	.000
	Pendapatan	.488	.076	.435	6.455	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Dari tabel 4.9 diatas diketahui nilai-nilai sebagai berikut :

1. Konstanta = -0.302
2. Literasi keuangan = 0,295
3. Gaya hidup = 0,411
4. Pemdapatan = 0.488

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan berikut :

$$Y = -0.302 + 0,295_1 + 0.411_2 + 0.488_3$$

Jadi persamaan diatas bermakna jika :

1. Konstanta sebesar 0.302 menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan diasumsikan bernilai nol, maka nilai dari perilaku konsumtif adalah sebesar -0.302.
2. Nilai koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,295 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel literasi keuangan meningkat, maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,295 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol
3. Nilai koefisien regresi gaya hidup sebesar 0,411 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel gaya hidup meningkat, maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,411 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol.
4. Nilai koefisien regresi pendapatan sebesar 0,488 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel pendapatan meningkat, maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,488 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

4.2.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen. Alasan lain uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara parsial atau individual mempunyai hubungan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.610
Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.302	1.359		-.223	.825
	Literasi Keuangan	.295	.077	.258	3.815	.000
	Gaya Hidup	.411	.079	.335	5.201	.000
	Pendapatan	.488	.076	.435	6.455	.000

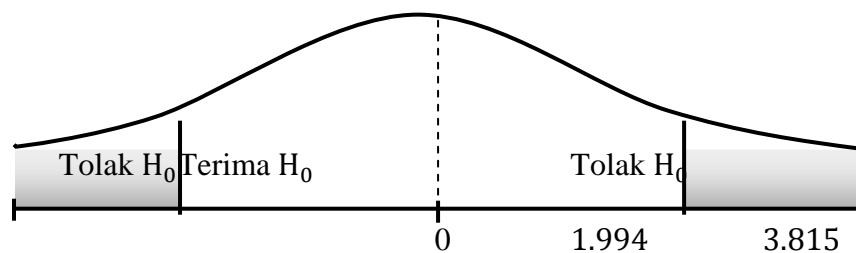
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : SPSS 24.00

Hasil pengujian statistik pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap perilaku konsumtif. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 74 - 3 = 71$ adalah 1,994 $t_{hitung} = 3.815$ dan $t_{tabel} = 1.994$



Gambar 4.3 Kriteria Pengujian Uji t

H_0 diterima jika : $-1.994 \leq t_{hitung} \leq 1.994$ pada $\alpha = 5\%$

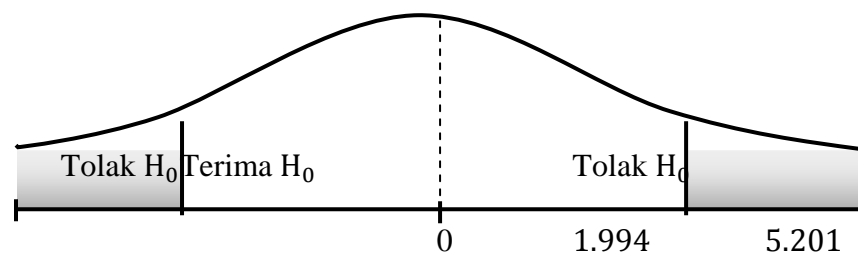
H_0 ditolak jika : $t_{hitung} > 1.994$ atau $-t_{hitung} < -1.994$

Nilai t_{hitung} untuk variabel literasi keuangan adalah 3.815 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1.994 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan literasi keuangan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil

tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

2. Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap perilaku konsumtif. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 74 - 3 = 71$ adalah 1,994 $t_{hitung} = 5.201$ dan $t_{tabel} = 1.994$.



Gambar 4.4 Kriteria Pengujian Uji t

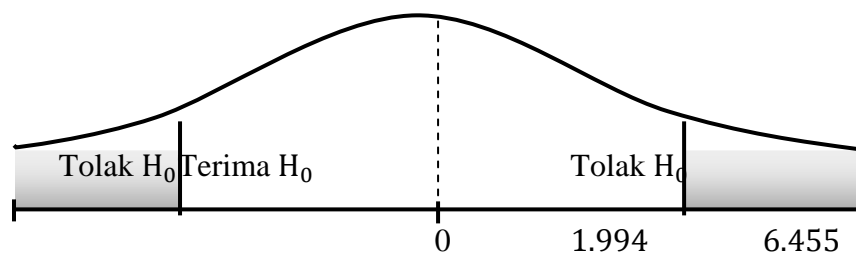
H_0 diterima jika : $-1.994 \leq t_{hitung} \leq 1.994$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika : $t_{hitung} > 1.994$ atau $-t_{hitung} < -1.994$

Nilai t_{hitung} untuk variabel gaya hidup adalah 5.201 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1.994 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan gaya hidup sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

3. Pengaruh Pendapatan (X3) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pendapatan berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap perilaku konsumtif. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 74 - 3 = 71$ adalah 1,994 $t_{hitung} = 6.455$ dan $t_{tabel} = 1.994$.



Gambar 4.5 Kriteria Pengujian Uji t

H_0 diterima jika : $-1.994 \leq t_{hitung} \leq 1.994$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika : $t_{hitung} > 1.994$ atau $-t_{hitung} < -1.994$

Nilai t_{hitung} untuk variabel pendapatan adalah 6.455 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1.994 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan pendapatan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

4.2.4.2 Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji apakah variable bebas (X) secara simultan mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variable terikat (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 24 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

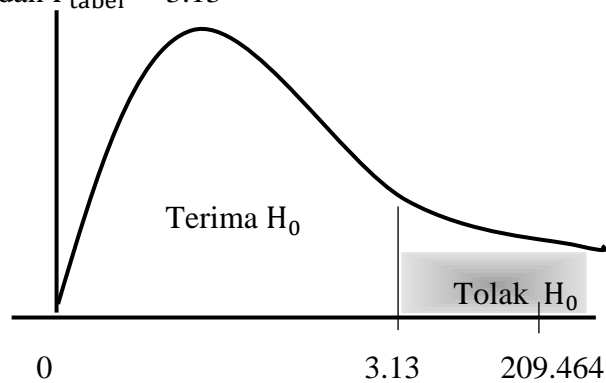
Tabel 4.11
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3459.250	3	1153.083	209.464	.000 ^b
	Residual	385.345	70	5.505		
	Total	3844.595	73			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan						

Sumber : SPSS versi 24.00

$$F_{\text{tabel}} = 74 - 3 - 1 = 70$$

$$F_{\text{hitung}} = 209.464 \text{ dan } F_{\text{tabel}} = 3.13$$



Gambar 4.6 Kurva Uji F

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 2209.464 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai F_{tabel} diketahui sebesar 3.13 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ ($209.464 > 3.13$) artinya H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (*R-square*)

Nilai R-square dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh nilai variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai R-square semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengujian statistiknya.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.900	.895	2.34626
a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: SPSS versi 24

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

$$D = 0.900 \times 100\%$$

$$= 90\%$$

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari R square sebesar 0.90 yang berarti 90% dan hal ini menyatakan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan sebesar 90% untuk mempengaruhi variabel perilaku konsumtif. Selanjutnya selisih $100\% - 90\% = 10\%$. hal ini menunjukkan 10% tersebut adalah variabel lain yang tidak berkontribusi terhadap penelitian perilaku konsumtif.

4.2.6 Pembahasan

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus

dilakukan untuk mengatasi hal-hal tersebut. Berikut ini ada tiga bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel literasi keuangan adalah 3.815 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1.994 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan literasi keuangan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara, dimana dengan tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa yang kurang baik sehingga mahasiswa kurang mampu membedakan dimana yang menjadi kebutuhan dan keinginan sehingga mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif.

Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Pengelolaan keuangan keluarga berdasarkan pada status sosial ekonomi orang tua meliputi tingkat pendidikan

orang tua, jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, jabatan sosial orang tua dan uang saku mahasiswa (Gunawan et al., 2020).

Literasi keuangan tidak terbatas pada pengertian pengetahuan, keterampilan dan keyakinan akan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang ada, namun sikap dan perilaku juga memberikan pengaruh dalam meningkatkan literasi keuangan demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat (OJK, 2017).

Tingkat literasi keuangan sangat penting bagi setiap individu, sebab apabila seorang individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik (*well literate*) maka individu tersebut akan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Istilah melek finansial mengacu pada seperangkat keterampilan dan pengetahuan individu yang memungkinkannya membuat keputusan yang tepat dan efektif melalui pemahaman tentang keuangan (Gupta & Singh, 2013).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Qurota'yun, 2019) Dan (Udayanthi, 2018) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel gaya hidup adalah 5.201 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1.994 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan gaya hidup sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa

gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara, dimana dengan gaya hidup yang tinggi, mahasiswa yang selalu ingin eksis trus dan tidak mau ketinggalan jaman sehingga mahasiswa cenderung lebih mengutamakan keinginan, gaya hidup disbanding dengan kebutuhan.

Gaya hidup atau *life style* adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini harus mengukur dimensi AIO (activities, interest, opinion) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk) (Sunarto, 2013)

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2013)

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pulungan & Febriyanti, 2018), (Patricia, 2014) dan (Alamanda, 2018) menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonnomi dan bisnis

universitas muhammadiyah sumatera utara hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel pendapatan adalah 6.455 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 1.994 dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan pendapatan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara, dimana dengan kiriman yang diperoleh mahasiswa tidak mampu mengelolanya dengan baik, dimana mahasiswa menggunakan pendapatannya kurang cermat sehingga mahasiswa kurang mampu mengontrol keuangannya dengan demikian maka mahasiswa akan cenderung berperilaku konsumtif.

Pendapatan kotor seseorang berasal dari upah, perusahaan bisnis, dan berbagai hasil dari investasi. Pendapatan adalah pengasilan sebelum pajak dan dapat diukur berdasarkan pendapatan dari semua sumber, komponen terbesar dari total pendapatan adalah upah dan gaji.

Selain itu, terdapat banyak kategori lain pendapatan yaitu termasuk pendapatan sewa, pembayaran subsidi pemerintah, pendapatan bunga, dan pendapatan dividen. Pendapatan keluarga atau rumah tangga dapat diartikan sebagai pendapatan yang diperoleh dari beberapa sumber pendapatan yaitu penghasilan suami yang digabungkan dengan penghasilan istri. Keluarga dengan pendapatan yang tersedia akan menunjukkan perilaku keuangan yang lebih

bertanggung jawab, mengingat pendapatan yang tersedia memberikan kesempatan untuk mengelola keuangan dengan bijak dan tepat, serta individu akan mencari informasi yang relevan untuk hasil yang maksimal

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ratna, 2015) dan (Fajirin, 2021) menyimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 2209.464 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai F_{tabel} diketahui sebesar 3.13 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($209.464 > 3.13$) artinya H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara.

Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara. Dimana dengan kurangnya pemahaman mahasiswa dalam mengelola keuangan dan dan tingginya gaya hidup mahasiswa sehingga mahasiswa akan cenderung berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah pola hidup individu yang dinyatakan dengan tindakan dan kebiasaan, juga menggambarkan bagaimana individu berintegrasi dengan lingkungannya dan mencerminkan individu dalam berbuat dan berperilaku. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat berarti sebagai pola hidup individu yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatannya dalam membelajakan uangnya dan bagaimana menghabiskan waktu.

Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Pengelolaan keuangan keluarga berdasarkan pada status sosial ekonomi orang tua meliputi tingkat pendidikan orang tua, jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, jabatan sosial orang tua dan uang saku mahasiswa (Gunawan et al., 2020).

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2013).

Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima oleh faktor-faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa waktu tersebut dapat berupa sewa, upah/gaji, bunga ataupun laba. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara. Memahami aspek sikap keuangan dalam mengelola keuangan karena setiap tipe sikap keuangan berbeda dalam cara mengelola keuangannya.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah sebagai berikut.

1. Secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Secara parsial pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Secara parsial literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan mahasiswa perlu lebih banyak mengedepankan praktik secara sistematis yang bukan hanya tentang teori semata. Karena literasi keuangan bukan hanya soal menggunakan dana saja melainkan juga bagaimana mengambil manfaat dari apa yang kita miliki.
2. Mahasiswa agar lebih membedakan kebutuhan dengan keinginan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Sebaiknya mahasiswa mulai menabung secara periodik, misalnya setiap sebulan sekali atau dua bulan sekali. Kemudian, mahasiswa juga menentukan target dan waktu sampai kapan akan menabung. Hal ini penting karena sebagai pemicu motivasi mahasiswa agar rajin menabung, karena manfaat menabung yang besar.
4. Mahasiswa agar mempertahankan untuk menyusun anggaran penerimaan dan pengeluaran uang setiap minggu atau bulannya. Hal ini akan membuat siklus keuangan mahasiswa menjadi teratur dan mahasiswa dapat melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik kedepannya

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Dalam faktor mempengaruhi perilaku konsumtif hanya menggunakan literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan sedangkan masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Adanya keterbatasan peneliti dalam memperoleh sampel yang peneliti gunakan hanya 74 orang responden sedangkan masih banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Adanya keterbatasan peneliti dalam menyebarkan angket mengingat keadaan kampus saat ini dalam keadaan daring.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Jalasutra.
- Alexander, R., & Pamungkas, A. S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Lokus Pengendalian Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(1), 157–164.
- Arianti, B. F. (2018). *The Influence Of Financial Literacy , Financial Behavior And Income On Investment Decision*. 1(1), 1–10.
- Bramastuti, N. (2009). *Pengaruh prestasi sekolah dan tingkat pendapatan keluarga terhadap motivasi berwiraswasta siswa smk bakti oetama gondangrejo karanganyar*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Capuano, A., & Ramsay, I. (2011). *What Causes Suboptimal Financial Behaviour? An Exploration Of Financial Literacy Social Influences And Behavioural Economics*. Salemba Empat.
- Dwinta, I. dan C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics*, 1(1), 76–86.
- Gunawan, A., Pirai, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 22–35.
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Bisnis Magister Manajemen*, 1–9.
- Gunawan, A., & Sari, M. (2019). *Analisis Penyaluran Kredit Kepada Masyarakat Dalam Meningkatkan Perolehan Pendapatan (Studi Pada PT . Bank Perkreditan Rakyat Duta Adiarta Medan) Analysis of Credit Distribution to Society Increase Income Acquisition (Study at PT . The People ' s Credi*. 19(1), 67–75.
- Gupta, P., & Singh, B. (2013). Role of Literacy Level in Financial Inclusion in India: Empirical Evidence. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(3), 272–276. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2013.V1.59>

- Hawskin, D. I., Roger, J. B., & Kenneth, A. C. (2013). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy, Tenth Edition*. McGraww-Hill.
- Herlindawati, D. (2017). Pengaruh Kontrol Diri, Jenis Kelamin, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 158. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p158-169>
- Ida, & Dwinta. (2010). Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS.
- Julita, J., & Prabowo, B. R. (2021). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Saat Pandemi (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian (Persero) CP Helvetia. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 75–90.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Marketing Management*. Erlangga.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *America Economic Association*, 52(1), 5–44.
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6(1), 1–11.
- Mangkunegara, A. A. (2014). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Mendari, A. S., & Kewal, S. S. (2014). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Stie Musi. *Jurnal Economica*, 9(2), 1–13.
- Mukmin, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 291–303.
- Nababan, D., & Sadali, I. (2012). Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1–16.
- Nurlaila, H. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

- Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86.
- Nurmala, F., Arya, M., Nurbaiti, N., & Putri, L. P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa di Tengah Pandemi (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMSU). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 307–314.
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Peter, & Oloson. (2012). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Pohan, Y. M., & Julita, J. (2022). The Effect Of Financial Literature On Student Behavior In Managing Financial Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 3(1), 1568–1576.
- Pohann, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.
- Pulungan, D R, & Febriyanti, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 1(1), 401–406.
- Sari, M., Lubis, N. A. F., & Jufrizen, J. (2021). The Effect Of Financial Literature And Self Control On Consumption Behavior (Study On Students Of The Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration |IJEAS*, 1(2), 135–144.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Press.
- Sunarto, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. BPFE-UST.

- Sunarto, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2), 1–14.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., Jufrizen, J., Hafiz, M. S., & Gunawan, A. (2022). Model Praktik Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Literasi Keuangan, Orientasi Masa Depan dan Kecerdasan Spiritual pada Generasi “Y” Di Kota Medan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1529–1539.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63.