

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *LOCUS OF
CONTROL* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
GENERASI Z DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemn*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

NAMA : BELLA ANJANI
NPM : 1905160588
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



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

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6621967 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 13 September 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : BELLA ANJANI
NPM : 1905160588
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA MEDAN

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

Assoc. Prof. JULITA, S.E., M.Si.

Penguji II

IRMA CHRISTIANA, S.E., M.M.

Pembimbing

MUSLIM, S.E., M.Si.

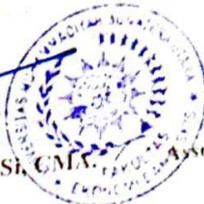
PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si., CMA.

Sekretaris

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





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

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh:

Nama : BELLA ANJANI
N P M : 1905160588
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA GENERASI Z DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2023

Pembimbing Skripsi

(Muslih, SE., M.Si)

Diketahui/Disetujui
oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

(Jasman Syarifuddin Hsb, S.E., M.Si)

(Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si)



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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : BELLA ANJANI
N P M : 1905160588
Dosen Pembimbing : Muslih, SE., M.Si
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : KEUANGAN
Judul Penelitian : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA MEDAN

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	ada pendahuluan & jelaskan untuk es kelayakan & prieface	10/8-23	f
Bab 2	keasipian buku ± 10 th	21/8-23	f
Bab 3	- ditunjuk untuk sampel dan preferensi - di uji dgn Rus/pernyata 100 oj	10/8-23	f
Bab 4	- kelayakan jasa & alat & barang tabel	10/8-23	f
Bab 5			
Daftar Pustaka	para'ka hasil kognisi Manajemen	21/8/23	f
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace untuk fkg	21/8-23	f

Dosen Pembimbing

(Muslih, SE., M.Si)

Medan, 2023
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

(Jasman Saripuddin, SE., M.Si)

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : BELLA ANJANI
NPM : 1905160588
Konsentrasi : Keuangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Manajemen)
Judul : Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap
Perilaku Konsumtif dengan *Locus of Control* Sebagai Variabel
Intervening Pada Generasi Z di Kota Medan
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 Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 4 September 2023

Pembuat Pernyataan



BELLA ANJANI

NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *LOCUS OF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z DI KOTA MEDAN

**BELLA ANJANI
NPM. 1905160588**

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

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Medan secara langsung maupun secara tidak langsung. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Kota Medan yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini menggunakan quota sampling yang berjumlah 100 orang pada Generasi Z di Kota Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik dengan menggunakan uji Analisis Outer Model, Analisis Inner Model, dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara langsung Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control*. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control*. *Locus Of Control* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dan secara tidak langsung Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Medan.

Kata Kunci : Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif dan Locus Of Control

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL KNOWLEDGE AND LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR WITH LOCUS OF CONTROL AS AN INTERVENING VARIABLE IN GENERATION Z IN MEDAN CITY

BELLA ANJANI
NPM. 1905160588

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

The purpose of this study was to examine and analyze the influence of Financial Knowledge and Lifestyle on Consumptive Behavior with Locus Of Control as an intervening variable in Generation Z in Medan City, directly or indirectly. The approach used in this study is an associative approach. The population in this study is all of Generation Z in Medan City whose number is unknown. The sample in this study used a quota sampling of 100 people in Generation Z in Medan City. Data collection techniques in this study used observation techniques and questionnaires. Data analysis techniques in this study used a quantitative approach using statistical analysis using the Outer Model Analysis test, Inner Model Analysis, and Hypothesis Testing. Data processing in this study uses the PLS (Partial Least Square) software program. The results of this study prove that financial knowledge directly has a significant effect on consumptive behavior. Lifestyle has a significant effect on consumptive behavior. Financial Knowledge has a significant effect on Locus Of Control. Lifestyle has a significant effect on Locus Of Control. Locus Of Control has a significant effect on Consumptive Behavior. And indirectly Financial Knowledge has a significant effect on Consumptive Behavior with Locus Of Control as an intervening variable. Lifestyle has a significant effect on consumptive behavior with locus of control as an intervening variable in Generation Z in Medan City.

Keywords: Knowledge of Finance, Lifestyle, Consumptive Behavior and Locus Of Control

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan , Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Locus Of Control* Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Di Kota Medan”**.

Shalawat beriring salam penulis persembahkan kepada Nabi besar Muhammad Saw. yang memiliki akhlakulkarimah sebagai penuntun para umat, semoga kita dapat berpegang teguh pada ajarannya sehingga dapat menghantarkan kita syafaatnya (kemuliaan dan kebahagiaan) di dunia dan akhirat kelak.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1) guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sudah selayaknya segala keindahan hati mengucapkan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu. Kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua, Ibunda tercinta **Nur Asiah Ritonga** dan Ayahanda tercinta **Ahmad Sehat Ritonga**, yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis, berupa dukungan do'a dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.

2. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof Dr H. Januri, SE, MM, M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof Dr. Ade Gunawan, SE, M.si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, M.si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Syarifuddin SE, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Jufrizen, SE, M.si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Muslih SE. MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu seluruh pegawai dan staf pengajar Fakultas Eknonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang dengan cara masing-masing telah membantu penulis dalam proses penyelesaian Skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Agustus 2023
Penulis

Bella Anjani
1905160588

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Perilaku konsumtif.....	12
2.1.1.1. Pengertian Perilaku konsumtif	12
2.1.1.2. Faktor-Faktor Perilaku konsumtif	13
2.1.1.3. Aspek Aspek Perilaku konsumtif.....	15
2.1.1.4. Indikator Perilaku konsumtif.....	16
2.1.2. <i>Locus Of Control</i>	18
2.1.2.1. Pengertian <i>Locus Of Control</i>	18
2.1.2.2. Faktor Faktor <i>Locus Of Control</i>	19
2.1.2.3. Tujuan dan Manfaat <i>Locus Of Control</i>	21
2.1.2.4. Indikator <i>Locus Of Control</i>	22
2.1.3. Pengetahuan Keuangan	23
2.1.3.1. Pengertian Pengetahuan Keuangan	23
2.1.3.2. Tujuan dan Manfaat Pengetahuan Keuangan.....	24
2.1.3.3. Aspek Aspek Pengetahuan Keuangan.....	25
2.1.3.4. Indikator Pengetahuan Keuangan.....	26
2.1.4. Gaya Hidup	28
2.1.4.1. Pengertian Gaya Hidup	28
2.1.4.2. Faktor-Faktor Gaya Hidup	29
2.1.4.3. Karakter Gaya Hidup.....	31
2.1.4.4. Indikator Gaya Hidup.....	33
2.2 Kerangka Konseptual	34

2.3 Hipotesis	40
BAB 3 METODE PENELITIAN	42
3.1. Pendekatan Penelitian	42
3.2 Definisi Oprasional	42
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
BAB 4 HASIL PENELITIAN	54
4.1. Hasil Penelitian	54
4.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian	54
4.1.2 Identitas Responden	54
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.1.4 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.1.5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
4.1.6 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	71
4.2. Pembahasan	72
BAB 5 PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	79
5.3. Keterbatasan Penelitian	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fenomena Perilaku konsumtif	5
Tabel 1.2 Fenomena <i>Locus Of Control</i>	6
Tabel 1.3 Fenomena Pengetahuan Keuangan	7

Tabel 1.4 Fenomena Gaya Hidup.....	7
Tabel 3.1 Indikator Perilaku konsumtif	42
Tabel 3.2 Indikator <i>Locus Of Control</i>	43
Tabel 3.3 Indikator Pengetahuan Keuangan	43
Tabel 3.4 Indikator Gaya Hidup.....	44
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	45
Tabel 3.6 Skala Pengukuran	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Umur Responden	55
Tabel 4.3 Uang Saku Responden	55
Tabel 4.4 Skor Angket Perilaku Konsumtif	56
Tabel 4.5 Skor Angket <i>Locus Of Control</i>	58
Tabel 4.6 Skor Angket Pengetahuan Keuangan.....	59
Tabel 4.7 Skor Angket Gaya Hidup.....	60
Tabel 4.8. Analisis Konsistensi Internal	62
Tabel 4.9. Validitas Konvergen	64
Tabel 4.10. Validitas Diskriminan	65
Tabel 4.11.Kolineiritas	66
Tabel 4.12. Hipotesis Pengaruh langsung.....	68
Tabel 4.13. Hipotesis Pengaruh Tidak langsung	70
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 3.1 Model Struktural PLS	49
Gambar 3.2 Model Analisis Persamaan Struktural	51

Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis 67

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Disaat era globalisasi saat ini, berbagai macam informasi dapat di akses dengan mudah dari berbagai media baik media elektronik maupun media cetak. Sangat mudah menjumpai berbagai macam iklan yang menawarkan berbagai macam produk. Dengan kemudahan media yang ada pada era globalisasi saat ini dimanfaatkan dengan baik oleh para produsen untuk mempromosikan barang yang diproduksi kepada masyarakat umum. Secara sadar maupun tidak, sebagai konsumen seringkali menjumpai berbagai macam iklan yang menawarkan berbagai macam produk baik yang ada di berbagai media seperti Televisi, Handphone, Koran, dll.

Tidak jarang masyarakat terpengaruh akan promosi produk-produk yang ditawarkan oleh berbagai media yang di jumpai. Banyak barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan namun dikarenakan promosi yang diberikan oleh produk tersebut, konsumen tertarik untuk membelinya. Tidak terkecuali para generasi Z. Generasi Z adalah kalangan yang mudah terpengaruh oleh hal-hal yang berada di lingkungan mereka. Generasi Z yang sebagian besar merupakan remaja juga terpengaruh akan promosi-promosi yang ada, sehingga membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini biasa disebut dengan perilaku konsumtif (Nurjanah, 2019).

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu dalam mengonsumsi, memakai, dan menggunakan barang bukan karena butuh melainkan karena keinginan sesaat. Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk

mengonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki suatu benda yaitu barang/jasa, namun bukan berdasarkan kebutuhan akan tetapi hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa membedakan kebutuhan, keinginan ataupun permintaan

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 yang memakai barang tersebut (Pohan, Jufrizen, et al., 2021).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. Seseorang lebih mementingkan uang sakunya digunakan untuk mengonsumsi suatu barang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan sebuah keinginan pada suatu barang bermerk tertentu. Dengan alasan mengikuti trend yang sedang berkembang untuk mendapatkan pengakuan sosial dilingkungan sekitarnya. Kegiatan mengikuti trend ini akan mendorong mahasiswa membeli barang tanpa pikir panjang yang mengakibatkan seseorang berperilaku konsumtif yang berdampak pada perilaku boros (Pohan et al., 2022).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah *Locus Of Control*. Setiap individu memiliki keyakinan dan persepsi atas segala sesuatu yang mempengaruhi dirinya. Keyakinan inilah yang disebut *Locus Of Control* (Sari et al., 2021). *Locus Of Control* adalah persepsi seseorang terhadap keberhasilan ataupun kegagalannya dalam melakukan berbagai kegiatan dalam hidupnya yang

disebabkan oleh kendali dirinya atau kendali di luar dirinya (Indriasari & Angreany, 2019).

Seorang Generasi Z dengan adanya *Locus Of Control* akan memiliki motivasi yang tinggi dalam berprestasi dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan hal ini dikarenakan *Locus Of Control* merupakan salah satu potensi yang dapat digunakan dan dikembangkan oleh individu dalam menghadapi kondisi di lingkungan sekitar. *Locus Of Control* diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang membawa ke arah konsekuensi positif. *Locus Of Control* dapat dijadikan pengendali tingkah laku sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak, (Chairiah & Siregar, 2022).

Locus Of Control ialah sejauh mana seseorang yakin bahwa setiap keberhasilan atau kegagalan adalah hasil tindakannya sendiri baik berada atau tidak berada di bawah kendalinya. Dan menurut (Fatmawati, 2021) memperlihatkan semakin tinggi tingkat *Locus Of Control*, maka semakin tinggi pula tingkat tanggung jawab seseorang terhadap setiap perilaku keuangannya seperti berhemat, dan menabung. Menabung berarti menyisihkan sebagian uang yang dimiliki untuk disimpan. Memiliki kebiasaan menabung sudah jelas sangat berguna untuk masa depan (Vidia & Muslih, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah pengetahuan keuangan. Pengetahuan tentang keuangan sangat penting bagi seseorang (Gunawan & Koto, 2017) dan menjelaskan bahwa pengetahuan tentang keuangan sangat penting bagi manusia agar tidak salah dalam mengambil keputusan keuangan nantinya. Oleh karena itu, sangat penting untuk mempelajari manajemen keuangan

dan berpendapat bahwa pendidikan keuangan membantu orang menghindari masalah keuangan (R. Putri & Siregar, 2022).

Seseorang perlu memiliki kemampuan literasi keuangan agar dapat mengatur keuangan mereka, sehingga tidak menyebabkan pemborosan. Kemampuan literasi keuangan mencakup pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber keuangan pribadinya secara efektif demi kesejahteraan. Saat ini pengetahuan tentang keuangan semakin berkembang seiring dengan bertambahnya kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Perkembangan ini meningkatkan kemampuan yang dimiliki seseorang, berkaitan dengan kecerdasan pribadi dalam bersikap efektif demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat yang berkaitan dengan globalisasi yang tidak dapat kita hindari seperti dalam hal menentukan keputusan masa depan yang berkaitan dengan keputusan jangka pendek ataupun jangka panjang secara tidak langsung (Gunawan, 2022).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu Gaya Hidup, Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggih teknologinya, maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari (Gunawan, Fradya, et al., 2022)

Gaya hidup diartikan sebagai pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat, maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup, dengan adanya kebiasaan hangout bersama teman-teman hanya untuk sekedar berkumpul atau jalan-jalan, kegiatan kuliner, nonton, dan lain sebagainya tanpa disadari hal tersebut menjadi kebiasaan buruk dan menjadi salah satu faktor membengkaknya uang bulanan mahasiswa (Nurvitria, 2015).

Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup adalah cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup generasi Z dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang menjadi model utama.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan penulis terhadap 25 orang generasi Z di Kota Medan dengan memberikan kuesioner dan meminta pendapat responden mengenai perilaku konsumtif penulis mendapatkan hasil yang telah disesuaikan dengan data yang ada dibawah ini

Tabel 1.1 Fenomena Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Membeli Barang Sesuai Kebutuhan	35 %	65 %
2	Membeli Barang Dengan Perencanaan	45 %	55 %

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, Perilaku konsumtif Generasi Z Di Kota Medan menyatakan 35 % Generasi Z setuju untuk membeli barang sesuai kebutuhan dan 65 % Generasi Z yang tidak setuju membeli barang sesuai kebutuhan, hal ini menandakan Generasi Z di Kota Medan menganggap uang sakunya digunakan untuk mengkonsumsi suatu barang tidak berdasarkan kebutuhan melainkan sebuah keinginan pada suatu barang bermerk tertentu. Dengan alasan mengikuti trend yang sedang berkembang untuk mendapatkan

pengakuan sosial dilingkungan sekitarnya dibandingkan membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan.

Dan 45 % Generasi Z di Kota Medan setuju membeli barang dengan perencanaan, dan ada 55 % yang tidak setuju tentang membeli barang dengan perencanaan. Hal ini menandakan bahwa Generasi Z tidak menyusun perencanaan keuangannya dengan baik yang disebabkan faktor mengikuti trend. Dimana kegiatan ini akan mendorong Generasi Z Di Kota Medan membeli barang tanpa pikir panjang yang mengakibatkan Generasi Z Di Kota Medan berperilaku konsumtif yang berdampak pada perilaku boros

Tabel 1.2
Fenomena *Locus Of Control*

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Lemahnya <i>Locus Of Control</i> karena dipengaruhi lingkungan dan media sosial	80 %	20 %
2	Tidak tahan godaan barang branded	95 %	5 %

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, *Locus Of Control* Generasi Z Di Kota Medan menyatakan 80 % setuju dan 20 % tidak setuju bahwa Generasi Z memiliki *Locus Of Control* yang lemah karena dipengaruhi lingkungan dan media sosial. Hal ini menandakan Generasi Z sangat mudah terpengaruh dari lingkungan luar atau teman sepergaulan dan gaya hidup, hal tersebutlah yang menyebabkan seorang mahasiswa berperilaku konsumtif.

95 % setuju dan 5 % tidak setuju dengan Generasi Z tidak tahan godaan barang branded. Fenomena tentang *Locus Of Control*, diantaranya kurangnya kesadaran Generasi Z untuk mempelajari cara mengelola keuangan pribadi,

kurangnya kendali diri terhadap kebutuhan dan mana keinginan akibat tekanan gaya yang konsumtif dengan ingin memiliki barang yang ternama. Selain itu, Generasi Z yang suka traveling, menghabiskan waktu di cafe atau restoran, sedangkan tabungan yang mereka miliki sangat minim.

Tabel 1.3
Fenomena Pengetahuan Keuangan

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Tidak memahami pengetahuan keuangan secara utuh	60 %	40 %
2	Tidak mampu menggunakan E-Wallet	45 %	55 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa Generasi Z setuju 60 % dan tidak setuju 40 % bahwa Generasi Z saat ini tidak memahami pengetahuan keuangan secara utuh, seperti kurangnya kesadaran Generasi Z untuk mempelajari cara mengelola keuangan pribadi, hal tersebutlah yang menyebabkan seorang generasi Z di Kota Medan tidak mampu mengelola keuangannya dengan baik. Bahkan hampir semua nya generasi Z di Kota Medan tidak pernah mencatat penggunaan dana yang telah keluar sehingga pengelolaan keuangannya tidak baik, hal ini disebabkan pengetahuan keuangan mereka rendah sehingga bingung bagaimana seharusnya menggunakan keuangan dengan sebaik baiknya.

45 % setuju dan 55 % tidak setuju dengan tidak mampu menggunakan E-Wallet. Dimana disaat era saat ini keuangan elektronik sudah umum digunakan akan tetapi mahasiswa tidak terlalu mementingkan untuk memahai penggunaan E-Wallet secara baik.

Tabel 1.4 Fenomena Gaya Hidup

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Tidak Mau Ketinggalan Zaman	90 %	10 %
2	Tidak mau Kalah Gaya dengan Teman	90 %	10 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa 90 % setuju dan 10 % tidak setuju dengan pernyataan bahwa Generasi Z tidak mau ketinggalan zaman. Kebiasaan gaya hidup mahasiswa yang selalu ingin hidup mewah dengan membeli barang – barang mewah, dianggap sebagai identitas dan pengakuan status sosial bagi seseorang terutama mahasiswa yang secara jelas dapat terlihat dari perilakunya yang selalu berupaya mengikuti perkembangan zaman sebagai bagian utama untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-harinya

90 % setuju dan 10 % tidak setuju dengan pernyataan bahwa Generasi Z tidak mau kalah gaya dengan teman, hal ini terlihat Gaya hidup yang belum maksimal dalam mengendalikan dirinya tidak mampu bersikap bijak dalam menggunakan uang serta tidak mampu mengendalikan diri dalam bergaul dengan orang lain,

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan , Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Locus Of Control* Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Di Kota Medan”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Perilaku konsumtif yang boros bagi bagi generasi Z di Kota Medan dengan terlihatnya sering membeli barang yang tidak dibutuhkan

2. Masih rendahnya pengetahuan keuangan generasi Z di Kota Medan
3. *Locus Of Control* yang lemah, karena tidak mampu mengendalikan diri dari godaan untuk membeli barang yang trend.
4. Gaya hidup yang terlalu berlebihan hanya untuk mengikuti kemajuan zaman

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang melebar, maka penulis membatasi penelitian ini dengan hanya meliputi variabel pengaruh perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh *Locus Of Control*, pengetahuan keuangan dan gaya hidup dan objek penelitian pada generasi Z di Kota Medan khususnya yang belum menikah.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
2. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
3. Apakah ada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap *Locus Of Control* pada generasi Z Di Kota Medan.
4. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap *Locus Of Control* pada generasi Z Di Kota Medan.
5. Apakah ada pengaruh pengaruh *Locus Of Control* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.

6. Apakah ada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan.
7. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap *Locus Of Control* pada generasi Z Di Kota Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap *Locus Of Control* pada generasi Z Di Kota Medan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Locus Of Control* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan.

1.6. Manfaat penelitian

Penelitian ini pada akhirnya diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menambah teori atau wawasan mengenai pengaruh pengetahuan keuangan, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening.
- b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh pengetahuan keuangan, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, sehingga dapat lebih memahami teori-teori yang selama ini dipelajari dibandingkan dengan kondisi yang sesungguhnya di lapangan.

b. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi instansi terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membantu perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat konsumen dalam membeli barang.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestige, kekayaan (Suminar & Meiyuntari, 2015).

Menurut (Gunawan et al., 2022) 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 sesuatu yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut

Menurut (Pohan et al., 2021) bahwa 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 yang memakai barang tersebut

Sedangkan (Hidayah & Bowo, 2018) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli secara berlebihan dengan mengutamakan kebutuhan sekunder dan tersier dari pada kebutuhan primernya yang menyebabkan seseorang menjadi boros. Dan Perilaku konsumtif adalah kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan (Dikria & Mintarti, 2016).

Dari pendapat beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut (Udayanthi et al., 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 untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kemampuan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu Konform dengan orang lain dan menutupi perasaannya

Sedangkan menurut (Kurniawan, 2019) adapun faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif :

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dipunyai orang lain, Alhasil pembeli pun akan mencari barang yang langka atau limited edition tentu saja harganya pun juga pastinya sangat mahal.
2. Kebanggaan karena penampilan dirinya Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya ada orang akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update/terbaru.

3. Ikut-ikutan Ada juga sifat orang yang ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.
4. Menarik perhatian dari orang lain Ini salah satu factor yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang up to date. Kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja mereka bukan lagi sesuai kebutuhan primer sehari-hari akan tetapi sesuai selera mereka masing-masing (tersier).

2.1.1.3 Aspek- Aspek Perilaku Konsumtif

Ada beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif, menurut (Lestarina et al., 2017) yaitu sebagai berikut :

1. Pembelian Impulsif (Impulsive buying)

Perilaku ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

2. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang dampak negatifnya bagi kehidupan remaja.

3. Mencari kesenangan (Non rational buying)

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya trendy.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2019) ada beberapa aspek perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:

1. Perilaku membeli yang kompleks merupakan model perilaku pembelian yang mempunyai ciri-ciri, yaitu keterlibatan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli dan adanya perbedaan pandangan yang signifikan terhadap merek yang satu dengan merek yang lain, terlibat dalam pembelian dan mempunyai pandangan yang berbeda antara merek yang satu dan yang lain, serta keterlibatan konsumen pada produk yang akan dibelinya merupakan produk yang mahal, berisiko, jarang dibeli, dan sangat menonjolkan ekspresi diri konsumen yang bersangkutan.
2. Perilaku membeli yang mengurangi ketidakcocokan merupakan model perilaku pembelian dalam situasi bercirikan keterlibatan konsumen yang tinggi, tetapi sedikit perbedaan yang dirasakan di antara merek-merek yang ada.
3. Perilaku membeli karena kebiasaan merupakan model perilaku pembelian dalam situasi yang bercirikan, yaitu keterlibatan konsumen yang rendah dan sedikit perbedaan yang dirasakan diantara merek-merek yang ada serta perilaku membeli karena kebiasaan terjadi dalam kondisi keterlibatan konsumen yang rendah dan kecilnya perbedaan antara merek.

4. Perilaku membeli yang mencari variasi merupakan model perilaku pembelian dalam situasi yang bercirikan, yaitu rendahnya keterlibatan konsumen tetapi perbedaan di antara merek dianggap besar serta konsumen menerapkan perilaku membeli yang mencari variasi dalam situasi yang bercirikan rendahnya keterlibatan konsumen tetapi perbedaan merek dianggap cukup berarti

2.1.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut (Sumartono, 2016) perilaku konsumtif terdiri dari beberapa indikator yaitu:

1. Karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

2. Karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

3. Demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4. Atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya

Menurut (Ismail et al., 2021) perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator yaitu :

1. Membeli produk karena tawaran hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

2.1.2 *Locus of control*

2.1.2.1 Pengertian *Locus of control*

Locus of control merupakan sifat kepribadian yang menjelaskan persepsi dari mana individu menentukan penyebab peristiwa-peristiwa dalam hidup. Dimana *Locus of control* merupakan suatu konsep yang menuju pada keyakinan individu mengenai peristiwa yang terjadi dalam hidupnya. *Locus of control* menggambarkan seberapa jauh seseorang memandang hubungan antara perbuatan yang dilakukan (action) dengan akibat/hasil. *Locus of control* berhubungan dengan sikap kerja dan citra diri seseorang.

Menurut (Sari, 2018) bahwa *Locus of control* merupakan suatu konsep yang menunjukkan pada keyakinan individu mengenai peristiwa yang terjadi dalam

hidupnya dan bagaimana cara pandang individu dengan kemungkinan adanya hubungan perbuatan yang dilakukan dengan akibat atau hasil yang diperoleh.

Menurut (Sari et al., 2021) *Locus of control* adalah cara individu mengendalikan perilaku, mengendalikan kognisi dan mengendalikan keputusan. Individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak.

Dan (Jufrizen & Lubis, 2020) *Locus of control* adalah suatu hal yang dipastikan memberikan kontribusi terhadap kualitas kinerja pada seseorang, yaitu respon awal sebagai dasar dari respon yang akan dilakukan selanjutnya

Sedangkan (Ghufron & Risnawita, 2017) *Locus of control* atau lokus pengendalian adalah kendali individu atas pekerjaan mereka dan kepercayaan mereka terhadap keberhasilan diri. *Locus of control* memiliki empat konsep dasar, potensi perilaku, harapan, nilai unsur penguat, dan suasana psikologis. Dan (Tirtayasa et al., 2021) *Locus of control* adalah tingkat di mana individu percaya bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri

Berdasarkan penjelasan di atas maka *Locus of control* menunjukkan tingkat dimana individu percaya bahwa perilaku memengaruhi apa yang terjadi pada mereka

2.1.2.2 Faktor Faktor *Locus of control*

Menurut (Dalli et al., 2017) menyatakan ada dua faktor yang mempengaruhi *Locus of control* di antaranya yaitu :

1. Faktor keluarga,

Di mana lebih dominan dalam diri seseorang yang sejak kecil di kekang, di manja, dan di didik dengan otoriter menyebabkan individu tersebut menjadi penutup diri atau pemalu, suka bergantung pada orang lain, suka menyalahkan keadaan ini disebut dengan seorang individu dengan *Locus of control* eksternal. Sementara individu yang sejak kecil di didik dengan demokratis, maka lebih mudah bergaul, percaya diri, dan punya rasa ingin tahu yang besar akan lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya, individu yang memiliki kepribadian ini ialah seorang *Locus of control* internal.

2. Faktor motivasi.

Menyatakan bahwa motivasi baik yang datang dari dalam maupun luar, bias mempengaruhi *Locus of control* seseorang. Saat seseorang sudah termotivasi, dia bisa mengevaluasi dirinya sendiri, dan membuat perubahan yang diperlukan. *Locus of control* internalnya menjadi dominan, namun apabila seseorang tidak memiliki motivasi yang kuat terhadap sesuatu maka *Locus of control* eksternalnya menjadi dominan.

Menurut (Fadilah & Mahyuny, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi *Locus of control* adalah sebagai berikut :

1. Faktor usia dan jenis kelamin

Merupakan usaha untuk mengontrol lingkungan eksternal individu dimulai dari kanak – kanak sampai dewasa.

2. Faktor keluarga

Merupakan Interaksi antara orang tua dan anak yang hangat, membesarkan hati, fleksibel, menerima dan memberikan kesempatan untuk berdiri sendiri

sewaktu masih kecil akan menghasilkan anak yang orientasinya internal, bila dibandingkan dengan orang tua yang menolak, memusuhi dan mendominasi dalam segala sesuatu.

3. Faktor social

Merupakan Adanya hubungan antara kelas social dan *Locus of control*, semakin rendah tingkat sosial individu maka semakin *eksternal Locus of control* seseorang.

2.1.2.3 Indikator *Locus of control*

Indikator *Locus Of Control* menurut (Kholilah & Iramani, 2013) *Locus of control* yang disampaikan oleh terdiri dari:

1. Perasaan dalam menjalani hidup
2. Kemampuan dalam mewujudkan ide
3. Kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan
4. Peran dalam mengontrol keuangan sehari-hari
5. Kemampuan untuk menyelesaikan masalah keuangan
6. Kemampuan untuk mengubah hal hal yang penting dalam kehidupan dan tingkat keyakinan terhadap masa depan.

Menurut (Robbins & Judge, 2017) bahwa Indikator untuk mengukur variabel *Locus of control* di bagi atas 2 yaitu

1. *Locus of control* Internal
 - a. Kemampuan
 - b. Minat
 - c. Usaha
2. *Locus of control* Eksternal

- a. Nasib
- b. Sosial ekonomi
- c. Pengaruh orang lain.

2.1.3. Pengetahuan Keuangan

2.1.3.1 Pengertian Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan adalah dasar faktor kritis dalam pengambilan keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan itu penting, tidak hanya bagi kepentingan individu saja. Pengetahuan keuangan tidak hanya mampu membuat seseorang menggunakan uang dengan bijak, namun juga dapat memberi manfaat pada ekonomi.

Menurut (Gunawan et al., 2022) bahwa Financial knowledge (pengetahuan keuangan) adalah penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan.

Menurut (Susanti & Ardyan, 2018) bahwa Pengetahuan keuangan sangat erat hubungannya dengan tanggung jawab keuangan seseorang. “Seseorang yang memiliki perilaku keuangan yang bertanggung jawab cenderung efektif dalam penggunaan uang yang dimilikinya, seperti membuat anggaran, menghemat uang dan mengontrol belanja, investasi, serta membayar kewajiban tepat waktu”.

Dan menurut (Likawati & Andrew, 2014) menyatakan Pengetahuan keuangan juga dapat didefinisikan sebagai penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan, yang terdiri dari alat keuangan dan keterampilan keuangan.

Menurut (Ida & Dwinta, 2010) Pengetahuan keuangan itu penting, tidak hanya bagi kepentingan individu saja. Pengetahuan keuangan tidak hanya mampu membuat seseorang menggunakan uang dengan bijak, namun juga dapat memberi

manfaat pada ekonomi. Jadi, seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan yang bagus akan mampu menggunakan uang sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Dari penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengetahuan Keuangan adalah Pengetahuan keuangan merupakan segala sesuatu tentang keuangan yang dialami atau yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.3.2. Tujuan dan Manfaat Pengetahuan Keuangan

Financial knowledge atau pengetahuan keuangan didefenisikan sebagai pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi.

Menurut (Pradiningtyas & Lukiastuti, 2019) Individu harus memiliki pemahaman tentang financial knowledge yang cukup dalam melakukan manajemen keuangan, dengan demikian pengambilan keputusan yang dilakukan akan tepat. Dan ada 2 tujuan pengetahuan keuangan yaitu:

1. Meningkatkan pengetahuan keuangan seseorang yang sebelumnya less literate yaitu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan atau not literate menjadi well literate yaitu memiliki pengetahuan mengenai lembaga keuangan.
2. Meningkatkan jumlah penggunaan produk dan pelayanan jasa keuangan.

Menurut (OJK, 2017) manfaat pengetahuan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Mendorong pertumbuhan ekonomi Dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi di perlukan pengetahuan keuangan, agar dapat mengembangkan sektor keuangan yang dapat meningkatkan lembaga keuangan.
2. Meningkatkan stabilitas sistem keuangan Masyarakat dengan tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi akan terhindar dari perilaku yang konsumtif serta dapat menggunakan produk dan jasa keuangan dengan sebaik mungkin.
3. Pemberantasan kemiskinan Dalam melakukan pengurangan kemiskinan maka harus diterapkan lebih luas mengenai pengetahuan keuangan dengan cara melakukan investasi

2.1.3.3. Aspek Pengetahuan Keuangan

Menurut (Nababan & Sadalia, 2013) pengetahuan keuangan terbagi menjadi 4 (empat) aspek, yaitu:

1. Basic Personal Finance

Berkaitan dengan pemahaman dasar seseorang dalam keuangan seperti perhitungan bunga sederhana, bunga majemuk, inflasi, opportunity cost dan lain – lain.

2. Pengelolaan keuangan

Mempelajari bagaimana pengetahuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

3. Manajemen perkreditan

Suatu rangkaian dalam kegiatan dan komponen yang berhubungan yang satu dengan yang lain dalam proses pengumpulan serta penyajian informasi perkreditan.

4. Tabungan dan investasi.

Tabungan adalah suatu Pengetahuan Keuangan yang tidak dipergunakan untuk kebutuhan ekonomi, sedangkan bagian dari tabungan yang di pergunakan untuk ekonomi serta menghasilkan barang dan jasa yang menguntungkan di sebut investasi.

Menurut (Gunawan, Sari, et al., 2022), pengetahuan keuangan terbagai menjadi 4 (empat) aspek, yaitu:

1. Pengetahuan umum keuangan meliputi pemahaman yang berkaitan dengan dasar keuangan.
2. Tabungan dan pinjaman hal ini berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
3. Asuransi meliputi pengetahuan dasar mengenai asuransi, seperti asuransi jiwa.
4. Investasi hal ini berkaitan dengan pengetahuan dasar mengenai suku bunga, reksadana, dan resiko berinvestasi.

2.1.3.4. Indikator Pengetahuan Keuangan

Menurut (Lusardi et al., 2014) indikator pengukuran pengetahuan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan umum keuangan pribadi

Kemampuan seseorang dalam mengelola aset keuangan pribadi. Dengan menerapkan cara mengelola keuangan yang benar maka seseorang akan mampu memanfaatkan uang yang dimilikinya untuk mencapai tujuan.

2. Tabungan

Kemampuan seseorang dalam menyisihkan pendapatan untuk keperluan yang akan datang. Dengan menyisihkan pendapatan untuk ditabung maka seseorang akan terhindar dari masalah keuangan.

3. Pinjaman

Kemampuan seseorang dalam memanfaatkan pinjaman untuk keperluan yang bermanfaat dan dapat mengelolah pinjaman sebaik mungkin.

4. Investasi

Kemampuan seseorang dalam memahami tentang pentingnya investasi untuk kehidupan yang akan datang

5. Asuransi

Kemampuan seseorang dalam memahami tentang asuransi, asuransi dibutuhkan untuk menghindari resiko yang mungkin timbul baik resiko keuangan maupun resiko keberlanjutan usaha.

Menurut Nababan, (2013) pengetahuan keuangan terbagi menjadi 4 (empat) indikator, yaitu:

1. Basic Personal Finance

Berkaitan dengan pemahaman dasar seseorang dalam keuangan seperti perhitungan bunga sederhana, bunga majemuk, inflasi, opportunity cost dan lain – lain.

2. Pengelolaan keuangan

Mempelajari bagaimana pengetahuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

3. Manajemen perkreditan

Suatu rangkaian dalam kegiatan dan komponen yang berhubungan yang satu dengan yang lain dalam proses pengumpulan serta penyajian informasi perkreditan.

4. Tabungan dan investasi.

Tabungan adalah suatu Pengetahuan Keuangan yang tidak dipergunakan untuk kebutuhan ekonomi, sedangkan bagian dari tabungan yang di pergunakan untuk ekonomi serta menghasilkan barang dan jasa yang menguntungkan di sebut investasi.

2.1.2. Gaya Hidup

2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2019) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekpresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Hal ini berarti gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup Hedonisme, gaya hidup Metropolis, dan lain sebagainya.

Gaya hidup akan mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Dengan adanya gaya hidup baru di masyarakat maka tidak sedikit generasi muda sebagai mesin pendorong *leisure economy* berusaha memenuhi kebutuhan *leisure* dan pengalaman tersebut sehingga mengesampingkan kebutuhan dasar lainnya (Putri & Lestari, 2019).

Menurut (Sukarno & Indrawati, 2018) Gaya hidup hedonis menjadi suatu kekhawatiran sosial karena perilaku hedonis yang diekspresikan dengan mengejar gaya hidup mewah dan perilaku yang senang mencari kenikmatan menyebabkan individu menjadi tidak peka terhadap lingkungan sekitarnya, dan dapat mengarah pada penurunan nilai moral.

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang (Bambang, 2012).

Menurut (Diskhamarzaweny et al., 2022) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut.

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat dan pendapat yang

menekankan pemuasan kebutuhan materi dalam pencapaian kesenangan hidup sebagai tujuan utama.

2.1.2.2. Faktor Faktor Gaya Hidup

Menurut (Gunawan et al., 2020) ada beberapa factor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yang berasal dari dalam diri sendiri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal) :

1. Faktor internal

Yaitu pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi.

2. Faktor eksternal

Yaitu kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seorang individu adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal

- a. Sikap Suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.
- b. 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 individu dapat memperoleh pengalaman.
- c. Kepribadian Konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

- d. Konsep Diri Konsep diri yaitu bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek.
- e. Motif Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif.
- f. Persepsi Proses dimana individu memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2. Faktor Eksternal

- a. Kelompok referensi Kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku individu.
- b. Keluarga Peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.
- c. Kelas Sosial Sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota pada setiap jenjang memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.
- d. Kebudayaan Meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.

2.1.2.3 Karakter Gaya Hidup

Menurut (Russel, 2014), karakteristik gaya hidup adalah sebagai berikut:

- 1. Memiliki pandangan hidup serba instan yaitu melihat suatu harta selalu dilihat dari hasil akhir bukan dari proses untuk mencapai hasil akhir itu.

Akibatnya seseorang yang berpandangan instan akan melakukan pembenaran atau rasionalisasi dalam memenuhi semua kesenangan-kesenangannya.

2. Menjadi pengejar identitas fisik. Seseorang yang berpandangan bahwa memiliki barang-barang berteknologi mutakhir dan serba mewah adalah suatu kebanggaan bagi dirinya sendiri.
3. Memiliki cita rasa yang tinggi. Seseorang merasa tidak puas dengan kenikmatan yang sudah memuaskan bagi kebanyakan orang.
4. Memiliki banyak keinginan-keinginan yang bersifat secara spontan.
5. Tidak tahan hidup menderita. Ketika seseorang mendapatkan masalah yang dia anggap berat, maka dia akan muncul sebagai seseorang yang menganggap bahwa dunia sangat begitu membenci dirinya.
6. Tidak bisa mengatur keuangan. Seseorang yang memiliki sejumlah uang maka akan habis dan atau tersisa sedikit dengan skala uang yang dimiliki berada di hidup orang menengah dan tidak ada musibah selama memegang uang tersebut. Untuk masalah makanan saja begitu kompleks dan jenisnya banyak, belum termasuk pakaian, rumah, barang-barang mewah.

Menurut (Sholiha & Kuswardani, 2011), karakter gaya hidup hedonisme :

1. Memperoleh kesenangan hidup, yaitu cenderung ingin mendapatkan
2. Kesenangan dalam hidup
3. Interest (minat), yaitu tertarik pada sesuatu yang baru, dan peka akan inovasi baru.
4. Kepribadian, seperti kecenderungan impulsif, suka menjadi pusat perhatian, suka ikut-ikutan.

2.1.2.4 Indikator Gaya Hidup

Menurut (Engel, 2014) faktor faktor gaya hidup adalah

1. Aktivitas

Aktivitas adalah suatu cara individu dalam mempergunakan waktunya yang diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata yang dapat dilihat seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk bermain, hura-hura, pergi ke pusat perbelanjaan maupun kafe, serta senang membeli barang-barang mahal yang sifatnya kurang diperlukan (konsumtif), suka dengan kegiatan bersenang-senang yang penting bagi remaja adalah apa saja yang bersifat praktis, berapapun uang yang diberikan orang tua pasti habis dibelanjakan demi memuaskan nafsu semata-mata.

2. Minat

Minat diartikan sebagai suatu ketertarikan yang muncul dari dalam diri individu terhadap lingkungan, sehingga individu tersebut merasa senang untuk memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup. Minat tersebut dapat berupa dalam hal fashion, makanan, barang-barang branded, menginginkan barang-barang diluar kebutuhannya, tempat berkumpul, senang pada keramaian kota, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian di masyarakat.

3. Opini / Pandangan

Opini adalah pendapat atau tanggapan baik secara lisan maupun tulisan yang diberikan individu dalam merespon situasi ketika muncul pernyataan-pernyataan atau tentang isu-isu sosial tentang dirinya sendiri, dan produk-

produk yang berkaitan dengan kesenangan hidup. Jika sudah menjadi kecenderungannya suka dengan kegiatan bersenang-senang jiwa juangnya sangat tipis, inginnya semua enak dan gampang. Jika remaja melihat sesuatu yang menurutnya susah untuk dilakukan dia akan meninggalkan begitu saja.

4. Karakter-karakter

Dasar Karakter seperti tahap yang dilalui seseorang dalam kehidupan (life cycle), penghasilan, pendidikan, dan dimana mereka tinggal.

Menurut (Zakia et al., 2022) indikator gaya hidup diantaranya

1. Belanja.

Salah satu kegiatan “membeli” di toko atau retail yang dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka.

2. Keluarga.

Beberapa orang yang terkumpul dan tinggal di suatu tempat di bawah suatu atap dalam keadaan saling ketergantungan.

3. Diri sendiri.

Pandangan seseorang tentang dirinya sendiri yang menyangkut apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilakunya.

4. Isu sosial.

Sesuatu yang terdapat pada diri kita sendiri yang terkadang membuat kita berbuat sesuatu yang tidak ingin kita lakukan

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap perilaku konsumtif

Pengetahuan keuangan adalah dasar dari faktor penting dalam membuat keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan penting, tidak hanya untuk

kepentingan individu. Pengetahuan finansial tidak hanya mampu membuat seseorang menggunakan uang dengan bijak, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi perekonomian. Pengetahuan keuangan adalah segala sesuatu tentang keuangan yang dialami atau yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari (Siregar & Simatupang, 2022).

Konsumsi merupakan pengeluaran rumah tangga pada barang dan jasa. Perilaku keuangan seseorang dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut melakukan aktivitas konsumsinya, seperti apa yang dia beli dan mengapa membelinya (Gunawan et al., 2022) Perilaku masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat dan kehidupan manusia yang dinamis disertai dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser dari sekedar memenuhi kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung konsumtif (Gunawan & Carissa, 2021).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan et al., 2022) bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

2.2.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif

Gaya hidup di era milenial telah menjadi tren untuk senantiasa menggunakan media online dalam setiap aktivitas, termasuk didalamnya memenuhi kebutuhan apa saja. Apalagi ditambah dengan kondisi pandemic. Sehingga telah menjadi suatu keharusan bagi sebagian orang untuk memanfaatkan situs online untuk berbelanja (Daulay & Handayani, 2021)

Seorang individu memiliki berbagai macam kebutuhan, dari kebutuhan primer, sekunder, tersier hingga komplementer yang pada akhirnya cenderung menimbulkan perilaku konsumtif. Namun, adanya kecenderungan itu mahasiswa lebih memilih mengesampingkan kebutuhan untuk memenuhi keinginan mereka. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia telah mengantarkan seorang individu pada kehidupan yang sesuai dengan lingkungannya. Hal ini dapat mengakibatkan mereka berperilaku konsumtif yang menimbulkan dampak buruk berupa perilaku boros (Pohan et al., 2022)

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2023), (Pulungan & Febriaty, 2018) dan (Pohan, Jufrizen, et al., 2021) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

2.2.3 Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap *Locus of control*

Individu yang memiliki financial knowledge (pengetahuan keuangan) yang lebih baik akan memiliki perilaku keuangan yang baik seperti membayar semua tagihan tepat waktu, membukukan pengeluaran setiap bulan, dan memiliki dana darurat. Peningkatan pengetahuan keuangan meningkatkan perilaku keuangan (Gunawan et al., 2022). Literasi keuangan pada dasarnya berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan sumber modal adalah menganalisis, membaca, mengelola, dan mengkomunikasikan kondisi keuangan diri sendiri (Sari et al., 2020).

Generasi Z cenderung lebih mengedepankan pengetahuan keuangan dalam pengelolaan keuangan, sehingga kontrol diri tidak menjadi salah satu faktor terpenting sebagai penentu perilaku konsumtif seseorang. Selain itu kemungkinan masih banyak faktor lainnya yang lebih kuat (Gunawan & Syakinah, 2022).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2021) bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap *locus of control*

2.2.4 Pengaruh Gaya Hidup terhadap *Locus of control*

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Pohan et al., 2021)

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. Pengelolaan keuangan rumah tangga bertujuan untuk mendayagunakan kesadaran, sikap, perilaku, dan kemampuan anggota keluarga, serta menggerakkan potensi ekonomi keluarga. Hal ini guna memastikan adanya pemenuhan kebutuhan ekonomi anggota keluarga secara optimum, terciptanya stabilitas kehidupan ekonomi keluarga, serta pertumbuhan ekonomi keluarga (Ahmad & Nasution, 2022).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Chairiah & Siregar, 2022) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap *locus of control*

2.2.5 Pengaruh *Locus of control* Terhadap Perilaku Konsumtif

Locus of control merupakan upaya seseorang dalam mengendalikan atau mengontrol dirinya masing-masing yaitu termasuk dalam salah satu sifat

kepribadian yang dimiliki oleh setiap individu yang dapat memberikan pengaruh individu tersebut untuk menggunakan atau membeli suatu produk. (Tribuana, 2020)

Hubungan diantara *Locus of control* dengan perilaku konsumtif adalah sebagaimana meningkatnya tingkat pengendalian diri maka akan semakin rendahnya tingkat perilaku konsumtif begitupun sebaliknya jika semakin rendahnya tingkat pengendalian diri maka akan semakin tinggi pula tingkat pengendalian diri. Tingkat pengendalian diri merupakan salah satu faktor yang menyebabkan tingginya atau rendahnya tingkat perilaku konsumtif

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2021) (Gunawan & Febri Andani, 2022) bahwa *locus of control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2.2.6. Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus of control* Sebagai Variabel Intervening

Pengetahuan keuangan adalah dasar faktor kritis dalam pengambilan keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan itu penting, tidak hanya bagi kepentingan individu saja. Pengetahuan keuangan tidak hanya mampu membuat seseorang menggunakan uang dengan bijak, namun juga dapat memberi manfaat pada ekonomi. Pengetahuan keuangan dibagi menjadi empat aspek utama yaitu pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi (Pohan et al., 2021).

Perilaku keuangan adalah kebiasaan dan tingkah laku seseorang saat mengatur keuangan pribadinya. Dalam mengelola keuangan setiap individu memiliki caranya masing-masing, ada yang mengelola dengan melakukan saving lebih banyak dari pada buying dan ada pula yang sebaliknya (Putri, 2021) Pola pikir masa depan yang baik akan memicu seseorang untuk meningkatkan pengetahuan

keuangan mereka. Peningkatan pengetahuan keuangan tersebut akan berpengaruh terhadap niat dan perilaku dalam pembuatan rencana keuangan yang teratur dan cermat (Wahyuni et al., 2022)

2.2.7. Pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus of control* Sebagai Variabel Intervening

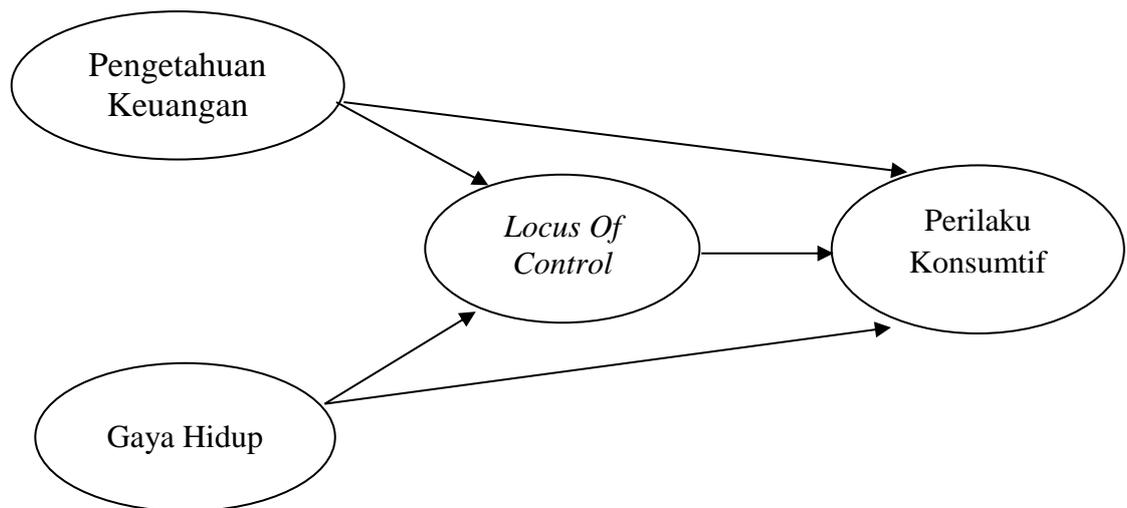
Dewasa ini perkembangan globalisasi telah mendorong pembangunan di suatu negara. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan industri yang mampu menyediakan segala yang dibutuhkan oleh masyarakat. Penyediaan barang yang melimpah dan memiliki banyak pilihan sehingga masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang tersebut. Dalam hal ini masyarakat mudah berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya, bahkan sesuatu yang tidak menjadi kebutuhan pun akan terpenuhi karena keinginan yang kuat untuk mengkonsumsi dan memiliki barang tersebut. Pola perilaku ini jika dilakukan terus menerus akan menjadi perilaku konsumtif (Gunawan, 2023).

Perkembangan zaman membuat generasi Z masih belum bisa dalam bijak menyikapi perilaku konsumsi mereka. Hal ini dapat dilihat dari seringnya generasi Z yang mengunjungi tempat-tempat pembelanjaan, bioskop dan tempat yang lagi tren. Berbagai dampak di timbulkan dari kebiasaan ini yaitu perubahan pada budaya konsumsi yang mengarah ke perilaku konsumtif (Gunawan et al., 2022)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dengan kelompok gaya hidup (Siregar et al., 2023). Gaya hidup yang berlebihan atau mengikuti tren dikhawatirkan akan

mengalami kesulitan ekonomi untuk pengelolaan keuangan di kemudian hari. Oleh karena itu, individu harus mampu menggeneralisasikan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangannya agar terhindar dari perilaku konsumtif yang merugikan (Pulungan et al., 2018).

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji. Oleh karena itu hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran (Suryani & Hendrayani, 2015)

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Ada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
2. Ada pengaruh pengetahuan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
3. Ada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap *Locus of control* pada generasi Z Di Kota Medan.
4. Ada pengaruh gaya hidup terhadap *Locus of control* pada generasi Z Di Kota Medan.
5. Ada pengaruh *Locus of control* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Di Kota Medan.
6. Ada pengaruh pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus of control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan.
7. Ada pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan *Locus of control* sebagai variabel intervening pada generasi Z Di Kota Medan.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2019) adalah “ penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian yang menjadi definisi operasional adalah:

3.2.1 Variabel Terikat Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya (Gunawan et al., 2022).

Tabel 3.1.
Indikator Perilaku Konsumtif

No	Indikator	Item Pertanyaan
1	Karena Iming iming hadiah	1
2	Karena kemasannya menarik	1
3	Demi menjaga penampilan diri dan gengsi	1
4	Atas pertimbangan harga	1
5	Hanya sekedar menjaga simbol status	1
6	Karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	1
7	Munculnya penilaian bahwa membeli dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	1
8	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	1

Sumber : (Sumartono, 2016)

3.2.2 Variabel *Locus Of Control* (Z)

Locus of control adalah cara individu mengendalikan perilaku, mengendalikan kognisi dan mengendalikan keputusan (Sari et al., 2021).

Tabel 3.2.

Indikator *Locus Of Control*

No	Indikator	Item Pertanyaan
1	Perasaan dalam menjalani hidup	1
2	Kemampuan mewujudkan ide	1
3	Kemampuan pengambilan keputusan keuangan	1
4	Peran dalam mengontrol keuangan	1
5	Kemampuan menyelesaikan masalah keuangan	1
6	Kemampuan untuk mengubah hal hal yang penting dalam kehidupan	1

Sumber : (Kholilah & Iramani, 2013)

3.2.3 Variabel Bebas Pengetahuan Keuangan (X1)

Pengetahuan keuangan itu penting, tidak hanya bagi kepentingan individu saja (Ida & Dwinta, 2010)

Tabel 3.3.
Pengetahuan Keuangan

No	Indikator	Item Pertanyaan
1	Pengetahuan umum keuangan pribadi	1
2	Tabungan	1
3	Pinjaman	1
4	Investasi	1
5	Asuransi	1

Sumber : (Lusardi et al., 2014)

3.2.4 Variable Bebas Gaya Hidup (X2)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut (Diskhamarzeweny et al., 2022)

Tabel 3.4.

Indikator Gaya Hidup

No	Indikator	Item Pertanyaan
1	Aktivitas	2
2	Minat	2
3	Opini	2
4	Karakter- Karakter	2

Sumber (Engel, 2014)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada Generasi Z di Di Kota Medan. Dan Waktu penelitian dimulai dari bulan April 2023 sampai dengan bulan Agustus 2023.

Tabel 3.5 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2023																				
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pengajuan Judul	■																				
2	Prariset Penelitian		■	■																		
3	Penyusunan Proposal				■	■	■	■														
4	Bimbingan Proposal							■	■	■	■											
5	Seminar Proposal												■									
6	Revisi Proposal													■	■	■	■					
7	Penyusunan Skripsi																■	■				
8	Bimbingan Skripsi																	■	■			
9	Sidang Meja Hijau																					■

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2019).

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Generasi Z Di Kota Medan yang jumlahnya tidak diketahui

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Karena pada penelitian ini populasi anggota

tidak diketahui jumlahnya antara sampel diperhitungkan dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019), sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan

n = sampel

z= tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95 %

p = Peluang Benar 50 % = 0,5

q = Peluang Salah 50 % = 0,5

e = margin error 10 % =0,1

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95 % dimana nilai z sebesar 1,96

dan tingkat maksimum eror 10%, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

n = 96,04 digenapkan 100 orang

Maka sampel penelitian ini sebanyak 100 orang

Tabel 3.6 Sampel Penelitian

No	Kecamatan	Jumlah
1	Medan Amplas	5
2	Medan Area	5
3	Medan Barat	5
4	Medan Baru	5
5	Medan Belawan	4
6	Medan Deli	5
7	Medan Denai	5
8	Medan Helvetia	5
9	Medan Johor	4
10	Medan Kota	5
11	Medan Labuhan	5
12	Medan Maimun	5
13	Medan Marelan	5

14	Medan Perjuangan	5
15	Medan Petisah	5
16	Medan Polonia	5
17	Medan Sunggal	5
18	Medan Selayang	4
19	Medan Tembung	4
20	Medan Tuntungan	4
21	Medan Timur	5
Jumlah		100

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap dan teliti dalam penelitian ini, maka penelitian menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan:

1. Daftar Pertanyaan (*Quesioner*)

Teknik dan instrumen dalam penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner (angket/daftar pertanyaan). Kuesioner ini dibagikan kepada semua yang menjadi sampel penelitian yaitu Generasi Z di Di Kota Medan.

Angket/kuesioner, yaitu pertanyaan/pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden peneliti tentang suatu variabel yang diteliti. Angket dalam penelitian ini ditujukan kepada Generasi Z di Di Kota Medan, dimana setiap pernyataan mempunyai 5 opsi sebagai berikut:

Tabel 3.7 Skala Pengukuran

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Skala pengukuran tersebut menggunakan skala likert, untuk mengukur orang tentang fenomena sosial.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Data ini akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yakni *partial least square – structural equation model* (PLSSEM) yang bertujuan untuk melakukan analisis jalur (path) dengan variabel laten. Analisis ini sering disebut sebagai generasi kedua dari analisis multivariate (Ghozali & Latan 2015). Analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi)

Tujuan dari penggunaan (*Partial Least Square*) PLS yaitu untuk melakukan prediksi. Dimana dalam melakukan prediksi tersebut adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dan penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemrediksian. Variabel laten adalah linear agregat dari indikator-indikatornya. Weight estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstraknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dari variabel dependen (kedua variabel laten dan indikator) diminimalkan.

PLS merupakan metode analisis yang powerful oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi dan data tidak harus berdistribusi normal multivariate (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama). Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software Smart PLS ver. 3 for Windows.

Menurut (Hair Jr et al., 2017) Ada dua tahapan kelompok untuk menganalisis SEM-PLS yaitu

1. Analisis model pengukuran (*Outer Model*), yakni
 - a. validitas konvergen (*Convergent Validity*);
 - b. realibilitas dan validitas konstruk (*Construct Reliability And Validity*);
 - c. validitas diskriminan (*Discriminant Validity*)
2. Analisis model struktural (*Inner Model*), yakni
 - a. Koefisien determinasi (*R-Square*);
 - b. f-square; dan
 - c. pengujian hipotesis

Estimasi parameter yang didapat dengan (*Partial Least Square*) PLS dapat dikategorikan sebagai berikut: kategori pertama, adalah weight estimate yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kategori kedua, mencerminkan estimasi jalur (*Path Estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (*Loading*). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten.

Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, (*Partial Least Square*) PLS menggunakan proses literasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

1. Menghasilkan *weight estimate*.
2. Menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model.
3. Menghasilkan estimasi means dan lokasi (konstanta).

3.6.2 Analisa Outer Model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indicator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

1. Convergent Validity

Adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antar item score/component score dengan construct score, yang dapat dilihat dari standardized loading factor yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya.

Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi $> 0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur, nilai outer loading antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup.

2. Discriminant Validity

Merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan crossloading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya.

Sedangkan menurut model lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai *Squareroot Of Average Variance Extracted* (AVE).

3. *Composite reliability*

Merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *View Latent Variable Coefficient*. Untuk mengevaluasi 60 composite reliability terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan *Cronbach's Alpha*. Dengan pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

4. *Cronbach's Alpha*

Merupakan uji reliabilitas yang dilakukan merupakan hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,7$.

3.6.3 Analisis Inner Model

Analisis Inner Model biasanya juga disebut dengan (*Inner Relation, Structural Model Dan Substantive Theory*) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam pengevaluasi inner model dengan (*Partial Least Square*) PLS dimulai dengan cara melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen.

Kemudian dalam penginterpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki

pengaruh yang substantive. Selain melihat nilai R-square, pada model (*Partial Least Square*) PLS juga dievaluasi dengan melihat nilai Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameter. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

3.6.4 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai probabilitas $< 0,05$.

3.6.5 Spesifikasi Model Dan Persamaan Struktural

Hubungan antar variabel dalam suatu diagram alur dapat membantu dalam merangkai hubungan sebab akibat antar konstruk dari model teoritis sebelumnya.

3.6.6 Uji Kecocokan (Testing Fit)

Pengujian pada inner model atau model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antar konstruk laten. Inner model meliputi inner relation, structural model dan substantive theory menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantive. Inner model diuji dengan melihat nilai R-square, Q-square dan path coefficient (koefisien jalur) untuk mendapatkan informasi seberapa besar variabel laten dependen dipengaruhi oleh variabel laten independen,

serta uji signifikansi untuk menguji nilai signifikansi hubungan atau pengaruh antar variabel (Ghozali & Latan, 2015).

1. R-Square Test

Nilai R-square atau koefisien determinasi menunjukkan keragaman konstruk-konstruk eksogen yang mampu menjelaskan konstruk endogen secara serentak. Nilai R-square digunakan untuk mengukur tingkat variabilitas perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Parameter ini juga digunakan untuk mengukur kelayakan model prediksi dengan rentang 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai R-square maka semakin besar pula pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Perubahan nilai R-square (r^2) digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel laten dependen secara substantive (Ghozali & Latan, 2015)

2. Path Coefficient Test.

Koefisien jalur menunjukkan seberapa besar hubungan atau pengaruh konstruk laten yang dilakukan dengan prosedur bootstrapping. Antar konstruk memiliki hubungan yang kuat apabila nilai path coefficient lebih dari 0,01 . Serta hubungan antara variabel laten dikatakan signifikan jika path coefficient pada level 0,050

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 8 pernyataan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y), 6 pernyataan untuk *Locus Of Control* (Z), 5 pernyataan untuk Pengetahuan Keuangan (X1), dan 8 pernyataan untuk Gaya Hidup (X2). Angket yang disebarkan ini diberikan kepada 100 orang responden Generasi Z di Kota Medan sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel ceklis.

4.1.2 Identitas Responden

4.1.2.1. Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1.

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki Laki	14	14 %
2	Perempuan	86	86 %
TOTAL		100	100 %

Dari tabel 4.1 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 14 (14%) orang laki-laki dan perempuan sebanyak 86 (86%) orang. Bisa di tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah perempuan pada Generasi Z di Kota Medan.

4.1.2.2. Identitas Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	> 20 Tahun	39	39 %
2	21 – 25 Tahun	59	59 %
3	> 25 Tahun	2	2 %
TOTAL		100	100 %

Dari tabel 4.2 diatas bisa dilihat bahwa reponden terdiri dari yang berumur kurang dari 20 tahun sebanyak 39 orang (39 %), berumur 21 - 25 tahun sebanyak 59 orang (59 %) dan berumur lebih dari 25 tahun yaitu sebanyak 2 orang (2%), Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden adalah yang berumur rentang waktu 21 sampai 25 tahun pada Generasi Z di Kota Medan.

4.1.2.3. Identitas Berdasarkan Uang Saku

Tabel 4.3
Uang Saku Responden

No	Uang Saku	Jumlah	Persentase
1	< Rp. 1.000.000	22	22 %
2	Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000	54	54 %
3	> Rp. 2.000.000	24	24 %
TOTAL		100	100 %

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa reponden terdiri dari mahasiswa yang uang sakunya < Rp. 1.000.000 sebanyak 22 orang (22%), uang sakunya Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 54 orang (54%), uang sakunya lebih > Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 24 orang (24%). Dengan demikian yang menjadi

mayoritas responden adalah mahasiswa yang uang sakunya Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000 pada Mahasiswa konsentrasi Akuntansi Manajemen FEB UMSU

4.1.3.Deskripsi Hasil Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu Perilaku Konsumtif (Y), *Locus Of Control* (Z), Pengetahuan Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2). Deskripsi dari pernyataan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan penulis kepada responden

4.1.3.1 Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan penyebaran angket kepada Generasi Z di Kota Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Perilaku Konsumtif sebagai berikut :

Tabel 4.4
Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Jawaban Perilaku Konsumtif (Y)											
	SS		S		KS		TS		STS		JUMLA H	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	54	54	22	22	15	15	6	6	3	3	100	100
2	48	48	32	32	12	12	5	5	3	3	100	100
3	47	47	32	32	13	13	5	5	3	3	100	100
4	50	50	24	24	16	16	8	8	2	2	100	100
5	49	49	29	29	15	15	5	5	2	2	100	100
6	48	48	26	26	18	18	6	6	2	2	100	100
7	35	35	41	41	15	15	7	7	2	2	100	100
8	39	39	31	31	22	22	6	6	2	2	100	100

Dari tabel diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Perilaku Konsumtif adalah:

1. Jawaban responden Saya tertarik untuk berbelanja yang terdapat kupon hadiahnya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 54 orang (54%).
2. Jawaban responden Saya akan membeli produk dengan bentuk/ kemasan yang menarik, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (48%).
3. Jawaban responden Saya membeli baju yang bermerk untuk menjaga penampilan diri saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 47 orang (47%).
4. Jawaban responden Ketika berbelanja online saya mempertimbangkan mahal/tidaknya harga terlebih dahulu, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang (50%).
5. Jawaban responden Saya membeli produk mahal untuk menjaga image diri saya, menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang (49%)
6. Jawaban responden Saya membeli produk yang dipakai artis idola, agar terlihat tidak ketinggalan mode, responden menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (48%).
7. Jawaban responden Saya biasa membeli produk mahal agar tampil percaya diri, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 41 orang (41%).
8. Jawaban responden Ketika saya bingung dalam memilih produk saya akan membeli dua jenis produk sekaligus mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 39 orang (39%).

4.1.3.2 Variabel *Locus Of Control* (Z)

Berdasarkan penyebaran angket kepada Generasi Z di Kota Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel *Locus Of Control* sebagai berikut :

Tabel 4.5
Skor Angket Untuk Variabel *Locus Of Control* (Z)

No	Jawaban Locus Of Control (Z)											
	SS		S		KS		TS		STS		JUMLA H	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	33	33	26	26	24	24	16	16	1	1	100	100
2	44	44	28	28	20	20	7	7	1	1	100	100
3	41	41	35	35	15	15	7	7	2	2	100	100
4	50	50	22	22	13	13	12	12	3	3	100	100
5	38	38	37	37	17	17	7	7	1	1	100	100
6	38	38	31	31	15	15	15	15	1	1	100	100

Dari tabel diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel *Locus Of Control* adalah:

1. Jawaban responden, Saya memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang (32%).
2. Jawaban responden, Saya senantiasa berusaha pengeluaran lebih kecil dari pendapatan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang (43%)
3. Jawaban responden, Saya senantiasa bersikap hati-hati setiap setiap tindakan dan keputusan keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang (42%).

4. Jawaban responden, Saya senantiasa berusaha pengeluaran lebih kecil dari pendapatan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang (50%)
5. Jawaban responden, Saya selalu mempunyai solusi atas masalah keuangan yang saya hadapi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang (37%).
6. Jawaban responden, Saya selalu menahan diri untuk mengeluarkan uang saya dari keperluan belanja yang tidak diperlukan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang (37%).

4.1.3.3 Variabel Pengetahuan Keuangan (X1)

Berdasarkan penyebaran angket kepada Generasi Z di Kota Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Pengetahuan Keuangan sebagai berikut :

Tabel 4.6

Skor Angket Untuk Variabel Pengetahuan Keuangan (X1)

No	Jawaban Pengetahuan Keuangan (X1)											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	48	48	23	23	16	16	9	9	4	4	100	100
2	45	45	27	27	16	16	7	7	5	5	100	100
3	46	46	21	21	20	20	7	7	6	6	100	100
4	45	45	25	25	17	17	9	9	4	4	100	100
5	50	50	27	27	15	15	6	6	2	2	100	100

Dari tabel diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Pengetahuan Keuangan adalah:

1. Jawaban responden Pengetahuan keuangan yang saya miliki sudah cukup untuk mengatasi jika nantinya saya berada dalam masalah tentang keuangan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (48%).
2. Jawaban responden Saya selalu berusaha menyisihkan uang saku saya untuk di tabung, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang (45%).
3. Jawaban responden Saya selalu melakukan pinjaman ke teman saya jika ada permasalahan keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang (46%).
4. Jawaban responden Saya selalu melakukan investasi untuk keperluan masa depan saya, responden menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang (45%).
5. Jawaban responden Saya belum memiliki asuransi karena menurut saya tidak perlu, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang (50%).

4.1.3.4 Variabel Gaya Hidup (X2)

Berdasarkan penyebaran angket kepada Generasi Z di Kota Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Gaya Hidup sebagai berikut :

Tabel 4.7
Skor Angket Untuk Variabel Gaya Hidup (X2)

No	Jawaban Gaya Hidup (X2)											
	SS		S		KS		TS		STS		JUMLA H	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	46	46	27	27	17	17	7	7	3	3	100	100
2	45	45	28	28	19	19	6	6	2	2	100	100
3	42	42	34	34	15	15	7	7	2	2	100	100
4	38	38	30	30	17	17	12	12	3	3	100	100
5	41	41	27	27	20	20	10	10	2	2	100	100
6	41	41	31	31	20	20	6	6	2	2	100	100

7	36	36	32	32	19	19	10	10	3	3	100	100
8	42	42	30	30	14	14	10	10	4	4	100	100

Dari tabel diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel gaya hidup adalah:

1. Jawaban responden, saya membelanjakan uang saya untuk keperluan kehidupan sehari hari, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang (46%).
2. Jawaban responden, saya tidak memutamakan membelanjakan uang saya untuk membeli keperluan kuliah seperti membeli buku kuliah, bayar uang kuliah, dan lainnya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang (45%)
3. Jawaban responden, saya selalu mengikuti trend terbaru gaya mahasiswa yang lainnya dikampus, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang (42%)
4. Jawaban responden, saya menahan ketertarikan diri saya terhadap barang-barang branded walaupun saya menginginkan barang itu. mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang (38%).
5. Jawaban responden, dipuji teman-teman saya dikampus karena kelihatan modis dalam berpakaian membuat saya senang dan percaya diri, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang (41%).
6. Jawaban responden, saya selalu malu apabila gaya hidup saya tidak seperti teman teman saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang (41%).

7. Jawaban responden, Pendidikan saya mengubah gaya hidup saya dalam bekerja, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang (36%)
8. Jawaban responden, Karakter hidup saya membuat saya lebih percaya diri dalam menyelesaikan pekerjaan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang (42%)

4.1.4 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.1.4.1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen digunakan untuk melihat sejauh mana sebuah pengukuran berkorelasi secara positif dengan pengukuran alternative dari konstruk yang sama. Untuk melihat suatu indikator dari suatu variabel konstruk adalah valid atau tidak, maka dilihat dari nilai *outer loading*nya. Jika nilai *outer loading* lebih besar dari (0,4) maka suatu indikator adalah valid (Hair Jr et al., 2017).

Tabel 4.8
Validitas Konvergen

	X1. Pengetahuan Keuangan	X2. Gaya Hidup	Y. Perilaku Konsumtif	Z. Locus Of Control
X1.1	0.872			
X1.2	0.799			
X1.3	0.868			
X1.4	0.775			
X1.5	0.889			
X2.1		0.858		
X2.2		0.917		
X2.3		0.938		
X2.4		0.824		
X2.5		0.852		
X2.6		0.911		
X2.7		0.733		
X2.8		0.639		
Y.1			0.895	

Y.2			0.909	
Y.3			0.927	
Y.4			0.849	
Y.5			0.774	
Y.6			0.895	
Y.7			0.913	
Y.8			0.847	
Z.1				0.702
Z.2				0.828
Z.3				0.851
Z.4				0.797
Z.5				0.812
Z.6				0.730

Sumber : SEM PLS (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa

1. Nilai *outer loading* untuk variabel Pengetahuan Keuangan lebih besar dari 0,4 maka semua indikator pada variabel Pengetahuan Keuangan dinyatakan valid.
2. Nilai *outer loading* untuk variabel Gaya Hidup lebih besar dari 0,4 maka semua indikator pada variabel Gaya Hidup dinyatakan valid.
3. Nilai *outer loading* untuk variabel Perilaku Konsumtif lebih besar dari 0,4 maka semua indikator pada variabel Perilaku Konsumtif dinyatakan valid.
4. Nilai *outer loading* untuk variabel *Locus Of Control* lebih besar dari 0,4 maka semua indikator pada variabel *Locus Of Control* dinyatakan valid.

4.1.4.2. Analisis Konsistensi Internal

Analisis konsistensi internal adalah bentuk reliabilitas yang digunakan untuk menilai konsistensi hasil lintas item pada suatu tes yang sama. Pengujian konsistensi internal menggunakan nilai reliabilitas komposit dengan kriteria suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai reliabilitas komposit $> 0,600$ (Hair Jr et al., 2017)

Tabel 4.9
Analisis Konsistensi Internal

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
X1. Pengetahuan Keuangan	0.896	0.901	0.924	0.709
X2. Gaya Hidup	0.938	0.944	0.950	0.705
Y. Perilaku Konsumtif	0.957	0.959	0.964	0.770
Z. Locus Of Control	0.877	0.883	0.907	0.621

Sumber : SEM PLS (2023)

Berdasarkan data analisis konsistensi internal pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa variabel

1. Pengetahuan Keuangan memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar 0,924 > 0,600 maka variabel Pengetahuan Keuangan adalah reliabel
2. Gaya Hidup memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar 0,950 > 0,600 maka variabel Gaya Hidup adalah reliabel
3. Perilaku Konsumtif memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar 0,964 > 0,600 maka variabel Perilaku Konsumtif adalah reliabel
4. *Locus Of Control* memiliki nilai reliabilitas komposit sebesar 0,907 > 0,600 maka variabel *Locus Of Control* (Z) adalah reliable.

4.1.4.3. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk menilai suatu indikator dari suatu variabel konstruk adalah valid atau tidak, yakni dengan cara melihat Nilai *Heterotrait Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT) < 0,90, maka variabel memiliki validitas diskriminan yang baik (valid) (Hair Jr et al., 2017).

Tabel 4.10
Validitas Diskriminan

	X1. Pengetahuan Keuangan	X2. Gaya Hidup	Y. Perilaku Konsumtif	Z. Locus Of Control
X1. Pengetahuan Keuangan				
X2. Gaya Hidup	0.557			
Y. Perilaku Konsumtif	0.649	0.642		
Z. Locus Of Control	0.643	0.684	0.814	

Sumber : SEM PLS (2023)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil korelasi *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT) maka

1. Variabel Pengetahuan Keuangan dengan Gaya Hidup sebesar $0,557 < 0,900$, korelasi variabel *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT). Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Konsumtif sebesar $0,649 < 0,900$ korelasi *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT) variabel Pengetahuan Keuangan dengan *Locus Of Control* sebesar $0,643 < 0,900$, dengan demikian seluruh nilai korelasi Pengetahuan Keuangan dinyatakan valid.
2. Nilai korelasi *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT) variabel Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif sebesar $0,642 < 0,900$, nilai korelasi *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT) variabel Gaya Hidup dengan *Locus Of Control* sebesar $0,684 < 0,900$, dengan demikian seluruh nilai korelasi Gaya Hidup dinyatakan valid.

3. Nilai korelasi *Heterotrait - Monotrait Ratio Of Corelation* (HTMT) variabel Perilaku Konsumtif terhadap *Locus Of Control* adalah sebesar $0,814 < 0,900$, dengan demikian seluruh nilai korelasi Perilaku Konsumtif dinyatakan valid.

4.1.4.4. Kolinearitas (*Colinierity /Variance Inflation Factor/VIF*)

Pengujian kolinearitas adalah untuk membuktikan korelasi antar variabel laten/konstruktif apakah kuat atau tidak. Jika terdapat korelasi yang kuat berarti model mengandung masalah jika dipandang dari sudut metodologis, karena memiliki dampak pada estimasi signifikansistatistiknya. Masalah ini disebut dengan kolinearitas (*colinearity*). Nilai yang digunakan untuk menganalisisnya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) (Hair Jr et al., 2017).

Jika nilai VIF lebih besar dari 5,00 maka berarti terjadi masalah kolinearitas, dan sebaliknya tidak terjadi masalah kolinearitas jika nilai $VIF < 5,00$ (Hair Jr et al., 2017).

Tabel 4.11
Kolinieritas

	X1. Pengetahuan Keuangan	X2. Gaya Hidup	Y. Perilaku Konsumtif	Z. Locus Of Control
X1. Pengetahuan Keuangan			1.589	1.357
X2. Gaya Hidup			1.753	1.357
Y. Perilaku Konsumtif				
Z. Locus Of Control			1.938	

Sumber : SEM PLS (2023)

Dari data di atas dapat dideskripsikan sebagai berikut :

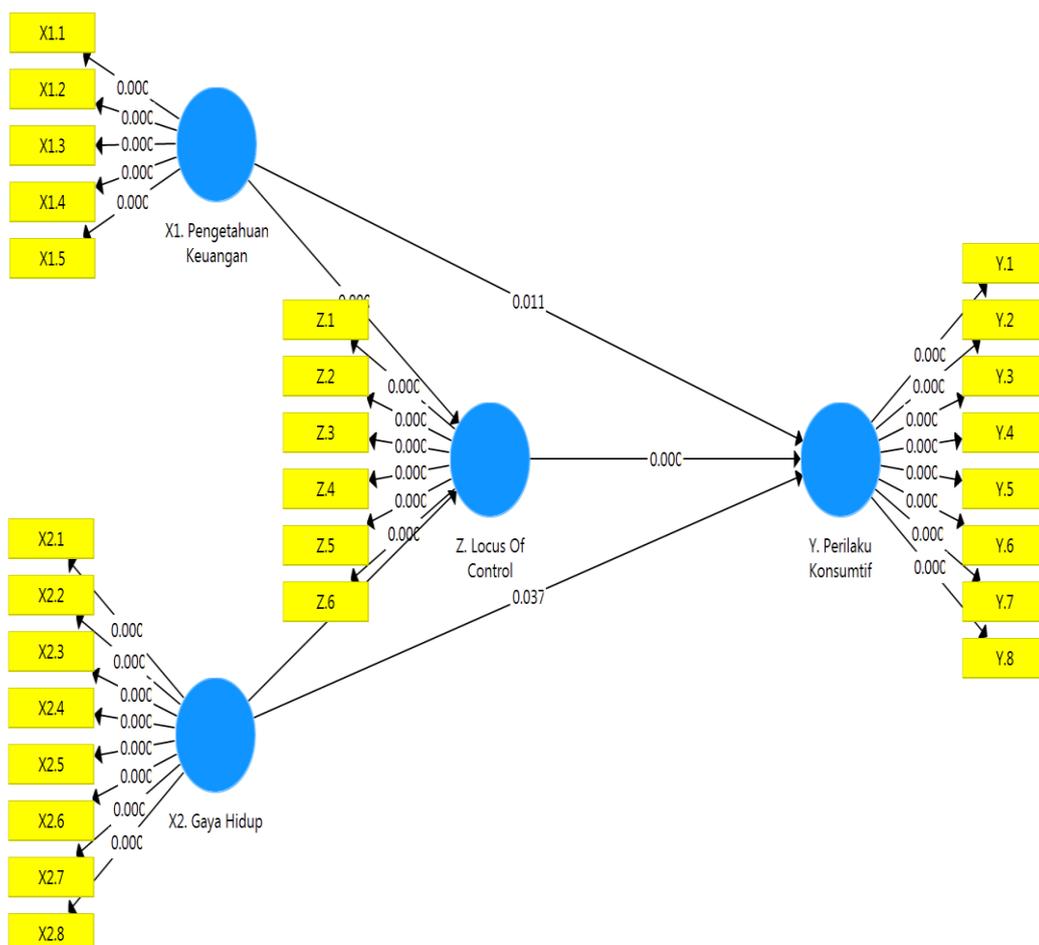
1. VIF untuk korelasi Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Konsumtif adalah $1,589 < 5,00$ (tidak terjadi masalah kolinearitas)

2. VIF untuk korelasi Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif adalah $1,753 < 5,00$ (tidak terjadi masalah kolinearitas)
3. VIF untuk korelasi Pengetahuan Keuangan dengan *Locus Of Control* adalah $1,357 < 5,00$ (tidak terjadi masalah kolinearitas)
4. VIF untuk korelasi Gaya Hidup dengan *Locus Of Control* adalah $1,357 < 5,00$ (tidak terjadi masalah kolinearitas)
5. VIF untuk korelasi *Locus Of Control* dengan Perilaku Konsumtif adalah $1,938 < 5,00$ (tidak terjadi masalah kolinearitas)

Dengan demikian, dari data-data di atas, model struktural dalam kasus ini tidak semua korelasi yang terbebas dari masalah kolinearitas.

4.1.5. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam pengujian ini terdapat dua tahapan, yakni pengujian hipotesis pengaruh langsung dan pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung. Adapun koefisien-koefisien jalur pengujian hipotesis terdapat pada gambar di bawah ini :



Gambar 4.1 Pengujian Hipotesis

4.1.5.1. Pengujian Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan untuk membuktikan hipotesis-hipotesis pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara langsung (tanpa perantara) yakni :

1. Jika nilai koefisien jalur adalah positif mengindikasikan bahwa kenaikan nilai suatu variabel diikuti oleh kenaikan nilai variabel lainnya.
2. Jika nilai koefisien jalur adalah negatif mengindikasikan bahwa kenaikan suatu variabel diikuti oleh penurunan nilai variabel lainnya. (Hair Jr et al., 2017)

Dan untuk nilai Probabilitasnya adalah :

1. Jika nilai probabilitas (P-Value) < Alpha (0,05) maka Ho ditolak (pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya adalah signifikan).
2. Jika nilai probabilitas (P-Value) > Alpha (0,05) maka Ho diterima (pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya adalah tidak signifikan)

Tabel 4.12

Hipotesis Pengaruh Langsung

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X1. Pengetahuan Keuangan -> Y. Perilaku Konsumtif	0.208	0.210	0.081	2.558	0.011
X1. Pengetahuan Keuangan -> Z. Locus Of Control	0.345	0.340	0.081	4.282	0.000
X2. Gaya Hidup -> Y. Perilaku Konsumtif	0.176	0.166	0.084	2.091	0.037

X2. Gaya Hidup -> Z. Locus Of Control	0.452	0.452	0.074	6.106	0.000
Z. Locus Of Control -> Y. Perilaku Konsumtif	0.523	0.526	0.113	4.623	0.000

Sumber : SEM PLS (2023)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diperoleh

1. Pengaruh langsung Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif mempunyai koefisien jalur sebesar 0.208 (positif), dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,011 maka $0,011 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif
2. Pengaruh langsung Pengetahuan Keuangan terhadap *Locus Of Control* mempunyai koefisien jalur sebesar 0.345 (positif) dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control*.
3. Pengaruh langsung Gaya Hidup terhadap variabel Perilaku Konsumtif mempunyai koefisien jalur sebesar 0,176 (positif), dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,037 maka $0,037 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif .
4. Pengaruh langsung Gaya Hidup terhadap *Locus Of Control* mempunyai koefisien jalur sebesar 0,452 (positif) dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control*
5. Pengaruh langsung *Locus Of Control* terhadap Perilaku Konsumtif mempunyai koefisien jalur sebesar 0,523 (positif) dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan *Locus Of Control* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif .

4.1.5.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung bertujuan untuk membuktikan hipotesis-hipotesis pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya secara tidak langsung (melalui perantara).

1. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $>$ koefisien pengaruh langsung, maka bersifat memediasi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.
2. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ koefisien pengaruh langsung, maka tidak bersifat memediasi hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Hair Jr et al., 2017).

Tabel 4.14
Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X1. Pengetahuan Keuangan - > Z. Locus Of Control -> Y. Perilaku Konsumtif	0.181	0.181	0.064	2.820	0.005
X2. Gaya Hidup -> Z. Locus Of Control -> Y. Perilaku Konsumtif	0.236	0.235	0.056	4.241	0.000

Sumber : SEM PLS (2023)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh

1. Pengaruh tidak langsung Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening mempunyai koefisien jalur sebesar 0,181 (positif) dan memiliki nilai *P Values* sebesar 0,005 maka $0,005 < 0,05$, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan

Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening.

2. Pengaruh tidak langsung Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening mempunyai koefisien jalur sebesar 0,236 (positif) memiliki nilai *P Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening.

4.1.6. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien Determinasi (*R Square*) bertujuan untuk mengevaluasi keakuratan prediksi suatu variabel. Dengan kata lain untuk mengevaluasi bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas pada sebuah model jalur. (Hair Jr et al., 2017)

1. Nilai *R Square* sebesar 0,75 menunjukkan model PLS yang kuat
2. *R Square* sebesar 0,50 menunjukkan model PLS yang moderat/sedang.
3. Nilai *R Square* sebesar 0,25 menunjukkan model PLS yang lemah (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4.15

Koefisien Determinasi

	R Square	Adjusted R Square
Y. Perilaku Konsumtif	0.627	0.615
Z. Locus Of Control	0.484	0.473

Sumber : SEM PLS (2023)

Pada tabel di atas diperoleh hasil pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif adalah sebesar 0,627 artinya besaran pengaruh 62,7 %, hal ini berarti menunjukkan PLS yang kuat . Kemudian, hasil

pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Gaya Hidup terhadap *Locus Of Control* adalah sebesar 0,484 artinya besaran pengaruh 48,4 % hal ini berarti menunjukkan PLS sedang.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif .

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur sebesar 0.208 (positif), dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,011 maka $0,011 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Medan.

Pengetahuan keuangan adalah dasar dari faktor penting dalam membuat keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan penting, tidak hanya untuk kepentingan individu. Pengetahuan finansial tidak hanya mampu membuat seseorang menggunakan uang dengan bijak, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi perekonomian. Pengetahuan keuangan adalah segala sesuatu tentang keuangan yang dialami atau yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari (Siregar & Simatupang, 2022).

Konsumsi merupakan pengeluaran rumah tangga pada barang dan jasa. Perilaku keuangan seseorang dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut melakukan aktivitas konsumsinya, seperti apa yang dia beli dan mengapa membelinya (Gunawan et al., 2022) Perilaku masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat dan kehidupan manusia yang dinamis disertai dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser dari sekedar memenuhi kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan

sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung konsumtif (Gunawan & Carissa, 2021).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan et al., 2022) bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

4.2.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur 0,176 (positif), dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,037 maka $0,037 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Medan.

Gaya hidup di era milenial telah menjadi tren untuk senantiasa menggunakan media online dalam setiap aktivitas, termasuk didalamnya memenuhi kebutuhan apa saja. Apalagi ditambah dengan kondisi pandemic. Sehingga telah menjadi suatu keharusan bagi sebagian orang untuk memanfaatkan situs online untuk berbelanja (Daulay & Handayani, 2021)

Seorang individu memiliki berbagai macam kebutuhan, dari kebutuhan primer, sekunder, tersier hingga komplementer yang pada akhirnya cenderung menimbulkan perilaku konsumtif. Namun, adanya kecenderungan itu mahasiswa lebih memilih mengesampingkan kebutuhan untuk memenuhi keinginan mereka. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia telah mengantarkan seorang individu pada kehidupan yang sesuai dengan lingkungannya. Hal ini dapat mengakibatkan mereka berperilaku konsumtif yang menimbulkan dampak buruk berupa perilaku boros (Pohan et al., 2022)

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2023), (Pulungan & Febriaty, 2018) dan (Pohan et al., 2021) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

4.2.3. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap *Locus Of Control*

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur 0.345 (positif) dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control* pada Generasi Z di Kota Medan.

Individu yang memiliki financial knowledge (pengetahuan keuangan) yang lebih baik akan memiliki perilaku keuangan yang baik seperti membayar semua tagihan tepat waktu, membukukan pengeluaran setiap bulan, dan memiliki dana darurat. Peningkatan pengetahuan keuangan meningkatkan perilaku keuangan (Gunawan et al., 2022). Literasi keuangan pada dasarnya berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan sumber modal adalah menganalisis, membaca, mengelola, dan mengkomunikasikan kondisi keuangan diri sendiri (Sari et al., 2020).

Generasi Z cenderung lebih mengedepankan pengetahuan keuangan dalam pengelolaan keuangan, sehingga kontrol diri tidak menjadi salah satu faktor terpenting sebagai penentu perilaku konsumtif seseorang. Selain itu kemungkinan masih banyak faktor lainnya yang lebih kuat (Gunawan & Syakinah, 2022).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2021) bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap *locus of control*

4.2.4. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap *Locus Of Control*

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur 0,452 (positif) dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control* pada Generasi Z di Kota Medan.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Pohan et al., 2021)

Gaya hidup masyarakat sekarang ini sudah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berkembangnya zaman. Pengelolaan keuangan rumah tangga bertujuan untuk mendayagunakan kesadaran, sikap, perilaku, dan kemampuan anggota keluarga, serta menggerakkan potensi ekonomi keluarga. Hal ini guna memastikan adanya pemenuhan kebutuhan ekonomi anggota keluarga secara optimum, terciptanya stabilitas kehidupan ekonomi keluarga, serta pertumbuhan ekonomi keluarga (Ahmad & Nasution, 2022).

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Chairiah & Siregar, 2022) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap *locus of control*

4.2.5 Pengaruh *Locus Of Control* Pegawai Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur sebesar 0,523 (positif) dan memiliki nilai *P-Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$, sehingga dapat

dinyatakan *Locus Of Control* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Medan.

Locus of control merupakan upaya seseorang dalam mengendalikan atau mengontrol dirinya masing-masing yaitu termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang dimiliki oleh setiap individu yang dapat memberikan pengaruh individu tersebut untuk menggunakan atau membeli suatu produk. (Tribuana, 2020)

Hubungan diantara *Locus of control* dengan perilaku konsumtif adalah sebagaimana meningkatnya tingkat pengendalian diri maka akan semakin rendahnya tingkat perilaku konsumtif begitupun sebaliknya jika semakin rendahnya tingkat pengendalian diri maka akan semakin tinggi pula tingkat pengendalian diri. Tingkat pengendalian diri merupakan salah satu faktor yang menyebabkan tingginya atau rendahnya tingkat perilaku konsumtif

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2021) (Gunawan & Febri Andani, 2022) bahwa *locus of control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

4.2.6 Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* Sebagai variabel intervening

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur sebesar 0,181 (positif) dan memiliki nilai *P Values* sebesar 0,005 maka $0,005 < 0,05$, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening. pada Generasi Z di Kota Medan

Pengetahuan keuangan adalah dasar faktor kritis dalam pengambilan keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan itu penting, tidak hanya bagi kepentingan individu saja. Pengetahuan keuangan tidak hanya mampu membuat

seseorang menggunakan uang dengan bijak, namun juga dapat memberi manfaat pada ekonomi. Pengetahuan keuangan dibagi menjadi empat aspek utama yaitu pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi (Pohan et al., 2021).

Perilaku keuangan adalah kebiasaan dan tingkah laku seseorang saat mengatur keuangan pribadinya. Dalam mengelola keuangan setiap individu memiliki caranya masing-masing, ada yang mengelola dengan melakukan saving lebih banyak dari pada buying dan ada pula yang sebaliknya (Putri, 2021) Pola pikir masa depan yang baik akan memicu seseorang untuk meningkatkan pengetahuan keuangan mereka. Peningkatan pengetahuan keuangan tersebut akan berpengaruh terhadap niat dan perilaku dalam pembuatan rencana keuangan yang teratur dan cermat (Wahyuni et al., 2022)

4.2.7 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* Sebagai variabel intervening

Hasil penelitian ini mempunyai koefisien jalur sebesar 0,236 (positif) memiliki nilai *P Values* sebesar 0,000 maka $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Medan.

Dewasa ini perkembangan globalisasi telah mendorong pembangunan di suatu negara. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan industri yang mampu menyediakan segala yang dibutuhkan oleh masyarakat. Penyediaan barang yang melimpah dan memiliki banyak pilihan sehingga masyarakat mudah tertarik untuk mengkonsumsi barang tersebut. Dalam hal ini masyarakat mudah berlomba-lomba

untuk memenuhi kebutuhannya, bahkan sesuatu yang tidak menjadi kebutuhan pun akan terpenuhi karena keinginan yang kuat untuk mengkonsumsi dan memiliki barang tersebut. Pola perilaku ini jika dilakukan terus menerus akan menjadi perilaku konsumtif (Gunawan, 2023).

Perkembangan zaman membuat generasi Z masih belum bisa dalam bijak menyikapi perilaku konsumsi mereka. Hal ini dapat dilihat dari seringnya generasi Z yang mengunjungi tempat-tempat pembelanjaan, bioskop dan tempat yang lagi tren. Berbagai dampak di timbulkan dari kebiasaan ini yaitu perubahan pada budaya konsumsi yang mengarah ke perilaku konsumtif (Gunawan et al., 2022)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dengan kelompok gaya hidup (Siregar et al., 2023). Gaya hidup yang berlebihan atau mengikuti tren dikhawatirkan akan mengalami kesulitan ekonomi untuk pengelolaan keuangan di kemudian hari. Oleh karena itu, individu harus mampu menggeneralisasikan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangannya agar terhindar dari perilaku konsumtif yang merugikan (Pulungan et al., 2018)

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Medan.
2. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Medan.
3. Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control* pada Generasi Z di Kota Medan.
4. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap *Locus Of Control* pada Generasi Z di Kota Medan.
5. *Locus Of Control* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Medan.
6. Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Medan.
7. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Locus Of Control* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Medan.

5.2. Saran

Berdasarkan fenomena sebelumnya dan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran adalah sebagai berikut :

1. Generasi Z di Kota Medan agar mengurangi gaya hidup dalam pergaulan setiap harinya.
2. Generasi Z di Kota Medan agar mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan
3. Generasi Z di Kota Medan agar mampu mengendalikan diri dari perilaku konsumtif yang tidak semestinya
4. Peneliti selanjutnya menambah variabel lain yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif.

5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Adanya keterbatasan waktu dalam pembagian dan pengisian kuesioner penelitian ini dikarenakan kesibukan para Generasi Z di Kota Medan.
2. Susahnya peneliti menyebarkan kuisisioner karena luas nya lokasi objek yang berada di Kota Medan
3. Susahnya mencari Generasi Z di Kota Medan untuk menyebarkan kuisisioner

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D. M., & Nasution, M. I. (2022). Penyuluhan Pengelolaan Keuangan Keluarga Pada Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sei Agul Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–13.
- Bambang, A. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Chairiah, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Padamahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *SOSEK: Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2), 84–98.
- Dalli, N., Asni, N., & Suaib, D. F. A. (2017). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Emosional, Dan Spiritual (ESQ) Dan Lokus Pengendalian (Locus Of Control) Terhadap Penerimaan Perilaku Disfungsional Audit (Studi Pada Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Sulawesi Tenggara). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 86–96.
- Daulay, R., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 478–486.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128–139.
- Diskhamarzeweny, D., Irwan, M., & Dewi, D. K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Kuantan Singingi. *Jurnal Ekonomi Al-Khitmah*, 4(1), 35–49.
- Engel, J. F. (2014). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Fadilah, F., & Mahyuny, S. R. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Locus Of Control Mahasiswa Pendidikan Matematika FKIP Universitas Samudra. *Jurnal IPA & Pembelajaran IPA*, 2(2), 100–105.
- Fatmawati, I. (2021). Pengaruh Lokus Pengendalian dan Pengetahuan Keuangan pada Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial dengan Moderasi Pendapatan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(1), 58–71.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi*

Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP UNDIP.

- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2017). *Teori-Teori Psikologi* (Edisi 2). Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, A. (2022). Sharia Financial Knowledge And Financial Behavior As A Basis For Measuring Financial Literacy. *Quality - Access to Succes*, 24(193), 92–99.
- Gunawan, A. (2023). The Influence of Financial Literacy , Lifestyle and Self Control on Consumptive Behavior of Management Study Program Students , Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera utara. *IJRS (Internasional Journal Reglement & Society)*, 2(3), 71–80.
- Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021). The Effect Of Financial Literature And Lifestyle On Student Consumption Behavior:(Student Case Study Department Of Management Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 1(1), 79–86.
- Gunawan, A., & Febri Andani, T. (2022). The Influence Of Parents' Socioeconomic Status And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Management Study Program Students, Faculty Of Economics And Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 819–830. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.582>
- Gunawan, A., Fradya, W., & Fauziah, F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(2).
- Gunawan, A., & Koto, M. (2017). Analysis On Factors Influencing Students Financial Literacy. *Proceedings of AICS - Social Sciences*, 7(1), 289–295. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/AICS-Social/article/view/10253>
- Gunawan, A., Koto, M., Yusnandar, W., & Jufrizen, J. (2022). Impact of Covid-19 Pandemic on the Financial Behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1), 300–321.
- Gunawan, A., Pirari, 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), 23–35.

- Gunawan, A., Sadri, M., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2022). Study of Phenomenon on Consumption Behavior of Medan City Students During Pandemic: Financial Literacy on E-Commerce. *Webology*, 19(1), 2853–2872. <https://doi.org/10.14704/web/v19i1/web19190>
- Gunawan, A., Sari, M. P., & Jufrizen, J. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Keuangan. *Jurnal AKTUAL*, 20(1), 1–13.
- Gunawan, A., & Syakinah, U. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 146–170.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2017). *Advanced Issues In Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications.
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039.
- Ida, & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Indriasari, D. P., & Angreany, A. (2019). Pengaruh Locus of COntrol dan Beban Kerja terhadap Kinerja Pegawai Melalui Etos Kerja Pada Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Selatan. *YUME: Journal of Management*, 2(3), 1–19.
- Ismail, A. R. N., Noviartati, K., Syahril, S., & Fikri, A. R. (2021). Investasi Digital Sebagai Solusi Mengurangi Perilaku Konsumtif Milenial Masa Pandemi Covid-19. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 125–136.
- Jufrizen, J., & Lubis, A. S. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional terhadap Kinerja Pegawai Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 41–59.
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69–80.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi kedua).

Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 5). Erlangga.
- Kurniawan, C. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6.
- Likawati, N., & Andrew, V. (2014). Hubungan Faktor Demografi Dan Pengetahuan Keuangan Karyawan Swasta Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 1–13.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2014). Financial literacy and financial sophistication in the older population. *Journal of Pension Economics & Finance*, 13(4), 347–366.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2013). Analisis Personal Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(1), 1–15.
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Parameter*, 31(2), 124–133.
- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 1(1), 1–11.
- OJK, T. (2017). *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1498–1508.
- Pohan, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303.
- Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi

- Literasi Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.
- Pradiningtyas, T. E., & Lukiastruti, F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Locus Of Control Dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(1), 96–112.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, 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.
- Putri, L. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 772–778.
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *Akurasi: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 31–42.
- Putri, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Ayam Penyet Di Desa Laut Dendang. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(3), 580–592.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Perilaku Organisasi* (Edisi 12). Salemba Empat.
- Russel, B. (2014). *Sejarah Filsafat Barat*. Pustaka Belajar.
- Sari, D. P. (2018). Pengaruh Locus Of Control, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Nagari Cabang Simpang Empat Pasaman Barat. *Jurnal Ekobistek*, 7(1), 9–18.
- Sari, M., Irfan, I., Jufrizen, J., & Deli, L. (2020). The Testing Model of Financial Management Ability of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 10(3), 584–601.
- Sari, M., Lubis, N. A. B., & 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 (IJEBAS)*, 1(2), 135–144.

Sholiha, N. A., & Kuswardani, I. (2011). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel pada Remaja. *Psikohumanika*, 2(4), 1–9.

Siregar, Q. R., Jufrizen, J., & Simatupang, J. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Asahan. *Mandiri: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 44–49.

Siregar, Q. R., & Simatupang, J. (2022). The Influence of Financial Knowledge, Income, and Lifestyle on Financial Behavior of Housewives at Laut Dendang Village. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 5(2), 652–660.

Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa Di Sma Pl Don Bosko Semarang. *Jurnal Empati*, 7(2), 314–320.

Sumartono, S. (2016). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02), 402–419.

Suryani, S., & Hendryadi, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Prenadamedia Grup.

Susanti, A., & Ardyan, E. (2018). Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45–56.

Tirtayasa, S., Khair, H., & Yusri, M. (2021). Influence Of Education Of Entrepreneurship, Self Efficacy, Locus Of Control And Entrepreneurs Characters Of Enterprises (The Study Case Is All The Students Of Private University In Medan). *Indonesian Journal of Education, Social Sciences and Research (IJESSR)*, 2(1), 53–64.

Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155.

- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.
- Vidia, M. P., & Muslih, M. (2022). Meningkatkan Kesadaran Menabung Pada Anak-Anak Sejak Dini Di Desa Sampali Kecamatan Percut Sei Tuan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–7.
- 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 Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1529–1539.
- Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Kelas Sosial Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 442–450.

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI
PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN LOCUS OF CONTROL
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GENERASI Z
DI KOTA MEDAN

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Kepada Yth. Saudara/Saudari Generasi Z

Di Kota Medan

Dengan Hormat

Perkenalkan nama saya Bella Anjani (1905160588) mahasiswa Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Bersama ini saya memohon kesediaannya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya mohon untuk kesediaan Saudara/Saudari dalam membantu saya mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu jawaban atau pendapat yang Saudara/Saudari berikan sangat bermanfaat bagi pengembang ilmu. Saya menyadari permohonan ini sedikit mengganggu kegiatan Saudara/Saudari dalam kuesioner ini tidak ada hubungannya dengan status atau kedudukan dalam instansi, maka jawaban yang benar adalah jawaban yang menggambarkan keadaan Saudara/Saudari. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini dalam waktu singkat.

Hormat Saya

Bella Anjani

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pernyataan ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu
2. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pernyataan dengan memberi **tanda checklist** (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu.

Adapun makna tanda jawaban tersebut sebagai berikut:

- | | | |
|--------|-----------------------|-----------------|
| a. SS | : Sangat Setuju | : dengan Skor 5 |
| b. S | : Setuju | : dengan Skor 4 |
| c. KS | : Tidak Setuju | : dengan Skor 3 |
| d. TS | : Tidak Setuju | : dengan Skor 2 |
| e. STS | : Sangat Tidak Setuju | : dengan Skor 1 |

B. Identitas Responden

No Responden :

Umur : (Tahun)

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Uang Saku /Bulan : < Rp. 1.000.000

Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000

> Rp . 2.000.000

1. PERILAKU KONSUMTIF (Y)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Karena Iming iming hadiah						
1	Saya tertarik untuk berbelanja yang terdapat kupon hadiahnya					
Karena kemasannya menarik						
2	Saya akan membeli produk dengan bentuk/ kemasan yang menarik.					
Demi menjaga penampilan diri dan gengsi						
3	Saya membeli baju yang bermerk untuk menjaga penampilan diri saya.					
Atas pertimbangan harga						
4	Ketika berbelanja online saya mempertimbangkan mahal/tidaknya harga terlebih dahulu					
Hanya sekedar menjaga simbol status						
5	Saya membeli produk mahal untuk menjaga image diri saya					
Karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan						
6	Saya membeli produk yang dipakai artis idola, agar terlihat tidak ketinggalan mode					
Munculnya penilaian bahwa membeli dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi						
7	Saya biasa membeli produk mahal agar tampil percaya diri					
Mencoba lebih dari dua produk sejenis						
8	Ketika saya bingung dalam memilih produk saya akan membeli dua jenis produk sekaligus					

2. LOCUS OF CONTROL (Z)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Perasaan dalam menjalani hidup						
1	Saya memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan					
Kemampuan mewujudkan ide						

2	Saya selalu mempunyai solusi untuk menjaga diri saya dari perilaku konsumtif yang berlebihan					
Kemampuan pengambilan keputusan keuangan						
3	Saya senantiasa bersikap hati-hati setiap setiap tindakan dan keputusan keuangan					
Peran dalam mengontrol keuangan						
4	Saya senantiasa berusaha pengeluaran lebih kecil dari pendapatan					
Kemampuan menyelesaikan masalah keuangan						
5	Saya selalu mempunyai solusi atas masalah keuangan yang saya hadapi					
Kemampuan untuk mengubah hal hal yang penting dalam kehidupan						
6	Saya selalu menahan diri untuk mengeluarkan uang saya dari keperluan belanja yang tidak diperlukan					

3. PENGETAHUAN KEUANGAN (X1)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Pengetahuan umum keuangan pribadi						
1	Pengetahuan keuangan yang saya miliki sudah cukup untuk mengatasi jika nantinya saya berada dalam masalah Tentang keuangan					
Tabungan						
2	Saya selalu berusaha menyisihkan uang saku saya untuk di tabung					
Pinjaman						
3	Saya selalu melakukan pinjaman ke teman saya jika ada permasalahan keuangan					
Investasi						
3	Saya selalu melakukan investasi untuk keperluan masa depan saya					
Asuransi						
3	Saya belum memiliki asuransi karena menurut saya tidak perlu					

4. Gaya Hidup (X2)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Aktivitas						
1	Saya membelanjakan uang saya untuk keperluan kehidupan sehari-hari					
2	Saya tidak mengutamakan membelanjakan uang saya untuk membeli keperluan kuliah seperti membeli buku kuliah, bayar uang kuliah, dan lainnya.					
Minat						
3	Saya selalu mengikuti trend terbaru gaya anak muda yang lainnya					
4	Saya menahan ketertarikan diri saya terhadap barang-barang branded walaupun saya menginginkan barang itu.					
Opini						
5	Dipuji teman-teman saya dikampus karena kelihatan modis dalam berpakaian membuat saya senang dan percaya diri.					
6	Saya selalu malu apabila gaya hidup saya tidak seperti teman-teman saya					
Karakter- Karakter						
7	Pendidikan saya mengubah gaya hidup saya dalam bekerja					
8	Karakter hidup saya membuat saya lebih percaya diri dalam menyelesaikan pekerjaan					

LAMPIRAN LAMPIRAN

1. JAWABAN KUSIONER PERILAKU KONSUMTIF

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
A01	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A02	3	3	3	3	3	3	3	4	25
A03	4	3	4	4	4	4	3	4	30
A04	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A05	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A06	5	4	5	4	5	3	2	4	32
A07	3	2	4	5	5	4	4	4	31
A08	4	4	4	5	4	5	5	4	35
A09	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A10	1	1	1	1	1	1	1	1	8
A11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A12	3	3	3	4	5	4	3	3	28
A13	3	4	4	4	5	3	4	5	32
A14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A16	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A17	3	4	4	3	5	3	4	5	31
A18	4	4	5	5	5	4	4	4	35
A19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A20	2	4	4	2	5	4	5	4	30
A21	4	4	4	2	5	2	4	5	30
A22	5	4	4	4	5	4	4	5	35
A23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A24	5	4	5	4	5	3	4	4	34
A25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A26	3	3	3	2	5	3	3	4	26
A27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A29	4	4	4	4	3	4	5	4	32
A30	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A32	3	3	3	3	5	3	3	3	26
A33	5	5	4	4	5	5	5	5	38
A34	3	3	3	3	5	3	3	3	26
A35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A37	3	3	3	3	5	3	3	3	26

A38	5	5	5	5	5	5	3	2	35
A39	4	4	4	4	5	5	4	4	34
A40	4	4	4	4	5	4	4	4	33
A41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A42	5	5	5	3	5	5	5	5	38
A43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A48	1	1	1	2	2	2	2	2	13
A49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A50	5	4	4	4	4	4	4	4	33
A51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A55	3	4	2	3	4	3	2	3	24
A56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A62	4	4	3	4	4	3	5	5	32
A63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A64	5	5	4	5	4	5	4	5	37
A65	5	4	5	5	5	4	4	5	37
A66	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A67	5	4	4	5	4	5	4	3	34
A68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
A69	5	4	5	5	4	5	4	5	37
A70	5	5	4	4	3	3	4	4	32
A71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A72	1	1	1	1	1	1	1	1	8
A73	5	5	5	5	4	4	4	3	35
A74	5	4	5	5	4	4	4	3	34
A75	5	5	4	4	3	4	4	3	32
A76	4	5	4	5	4	4	4	3	33
A77	4	5	5	5	4	5	4	3	35
A78	5	5	4	4	4	3	4	3	32

A79	5	4	4	5	4	5	4	3	34
A80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A83	4	5	4	5	3	5	5	5	36
A84	4	4	3	5	3	5	4	4	32
A85	2	5	5	3	3	4	4	4	30
A86	5	5	5	5	3	5	4	4	36
A87	5	5	5	3	4	5	4	4	35
A88	5	4	5	5	4	4	4	3	34
A89	5	5	4	4	4	5	4	4	35
A90	4	5	4	5	4	5	3	3	33
A91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A92	5	5	5	5	3	5	4	4	36
A93	5	5	5	3	4	5	4	4	35
A94	5	4	5	3	5	4	4	4	34
A95	5	5	5	5	3	5	4	4	36
A96	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A97	5	4	5	5	4	4	4	3	34
A98	4	5	4	5	4	5	3	3	33
A99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

2. JAWABAN LOCUS OF CONTROL

	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	TOTAL
A01	5	5	5	5	5	5	30
A02	4	4	3	4	4	4	23
A03	2	4	4	3	4	5	22
A04	4	4	5	5	4	4	26
A05	3	3	3	3	3	3	18
A06	2	4	4	2	3	4	19
A07	2	4	4	2	4	5	21
A08	5	4	4	4	4	4	25
A09	5	5	5	5	5	5	30
A10	2	2	2	2	2	2	12
A11	5	5	5	5	5	5	30
A12	3	3	3	2	3	4	18
A13	5	5	5	5	5	5	30
A14	2	3	3	3	3	3	17

A15	4	4	4	4	4	4	24
A16	2	2	2	2	2	2	12
A17	5	5	4	4	4	4	26
A18	3	5	4	5	4	3	24
A19	5	5	4	4	4	4	26
A20	5	5	5	5	5	5	30
A21	5	5	4	4	4	4	26
A22	5	5	4	4	4	4	26
A23	5	5	3	3	3	3	22
A24	5	5	3	3	3	3	22
A25	5	5	4	4	4	4	26
A26	4	5	5	5	5	5	29
A27	4	4	5	5	5	5	28
A28	5	5	5	5	5	4	29
A29	2	5	5	5	5	5	27
A30	2	2	2	2	2	2	12
A31	5	5	4	4	4	4	26
A32	5	5	3	3	3	3	22
A33	4	4	3	2	5	5	23
A34	5	5	4	4	4	4	26
A35	4	4	4	4	4	4	24
A36	5	3	3	2	5	5	23
A37	3	3	3	3	3	3	18
A38	2	2	1	1	4	2	12
A39	4	4	4	4	4	4	24
A40	4	4	4	4	4	4	24
A41	3	5	3	5	5	5	26
A42	5	5	5	5	5	5	30
A43	5	5	5	4	5	5	29
A44	5	5	5	5	5	5	30
A45	3	4	3	1	4	4	19
A46	5	5	5	5	5	5	30
A47	3	5	4	3	5	2	22
A48	2	2	2	2	2	2	12
A49	5	5	5	5	5	5	30
A50	4	4	5	5	5	5	28
A51	3	5	5	5	5	5	28
A52	5	5	5	5	4	5	29
A53	3	4	5	4	4	3	23
A54	3	3	3	3	4	4	20
A55	2	3	4	2	3	4	18

A56	3	3	3	3	5	3	20
A57	5	5	5	5	4	4	28
A58	4	4	4	4	4	4	24
A59	5	5	5	5	3	4	27
A60	2	4	4	4	4	4	22
A61	5	5	5	5	5	5	30
A62	3	5	5	5	4	5	27
A63	4	4	4	3	2	4	21
A64	4	5	4	3	4	4	24
A65	4	5	4	4	5	5	27
A66	2	2	2	2	2	2	12
A67	2	3	5	3	5	5	23
A68	4	4	4	4	3	3	22
A69	3	5	4	5	5	5	27
A70	4	4	4	5	5	2	24
A71	5	5	5	5	5	5	30
A72	1	1	1	1	1	1	6
A73	4	3	4	5	4	2	22
A74	4	3	4	5	3	3	22
A75	3	3	4	5	5	2	22
A76	4	3	4	5	3	3	22
A77	4	3	5	5	5	5	27
A78	4	3	5	5	4	2	23
A79	3	3	3	5	4	5	23
A80	5	5	5	5	4	4	28
A81	5	5	5	5	5	2	27
A82	3	5	5	5	4	4	26
A83	5	5	5	5	4	2	26
A84	2	4	5	5	3	3	22
A85	4	4	5	5	3	3	24
A86	3	4	5	5	4	4	25
A87	4	4	4	5	5	5	27
A88	4	3	4	4	5	5	25
A89	3	4	5	5	5	5	27
A90	3	3	2	5	5	5	23
A91	3	5	5	5	5	5	28
A92	3	4	5	5	4	4	25
A93	3	5	5	5	3	3	24
A94	3	4	4	4	3	2	20
A95	3	4	5	5	4	4	25
A96	2	2	2	2	2	2	12

A97	4	3	4	4	5	5	25
A98	4	3	4	5	4	5	25
A99	5	5	5	5	5	5	30
A100	5	5	5	5	5	5	30

3. JAWABAN PENGETAHUAN KEUANGAN

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
A01	5	5	5	5	5	25
A02	5	3	5	4	5	22
A03	4	4	4	4	4	20
A04	5	5	5	2	5	22
A05	3	3	3	3	3	15
A06	3	3	3	4	5	18
A07	4	4	4	4	5	21
A08	5	4	5	2	5	21
A09	5	5	5	5	5	25
A10	2	2	2	2	2	10
A11	5	4	5	5	4	23
A12	5	3	5	4	4	21
A13	5	4	5	5	5	24
A14	4	3	4	4	4	19
A15	5	5	5	5	5	25
A16	2	2	2	2	2	10
A17	4	4	4	4	4	20
A18	3	3	3	3	3	15
A19	3	3	3	3	3	15
A20	4	4	4	4	4	20
A21	5	5	3	5	5	23
A22	5	5	5	5	5	25
A23	5	5	3	5	5	23
A24	5	5	5	5	5	25
A25	5	5	3	5	5	23
A26	4	4	3	4	4	19
A27	3	3	3	3	3	15
A28	4	4	4	4	5	21
A29	4	4	4	4	4	20
A30	2	2	2	2	2	10
A31	3	3	3	3	3	15
A32	5	5	5	5	5	25

A33	5	5	5	4	4	23
A34	5	5	5	5	5	25
A35	5	5	5	5	5	25
A36	5	5	5	5	5	25
A37	4	5	4	3	5	21
A38	5	5	5	5	5	25
A39	5	5	5	5	5	25
A40	5	4	5	5	5	24
A41	5	5	5	5	5	25
A42	5	5	5	5	5	25
A43	5	4	5	4	4	22
A44	3	3	3	3	3	15
A45	5	5	5	5	5	25
A46	5	5	5	5	5	25
A47	5	1	5	5	4	20
A48	2	2	2	2	2	10
A49	5	5	4	4	3	21
A50	4	5	3	2	5	19
A51	5	5	5	5	5	25
A52	5	5	3	1	5	19
A53	3	1	5	5	5	19
A54	3	4	1	1	1	10
A55	4	4	5	5	5	23
A56	5	5	1	3	3	17
A57	4	2	4	4	5	19
A58	4	4	3	3	3	17
A59	3	4	5	4	4	20
A60	5	5	5	4	4	23
A61	5	5	5	1	4	20
A62	2	4	4	4	4	18
A63	2	4	5	5	5	21
A64	4	4	4	5	4	21
A65	5	5	5	5	4	24
A66	2	2	2	2	2	10
A67	4	4	4	3	4	19
A68	2	3	2	5	4	16
A69	5	5	5	5	5	25
A70	1	3	1	5	5	15
A71	5	5	5	5	5	25
A72	1	1	1	1	1	5
A73	5	5	5	5	5	25

A74	3	1	3	3	3	13
A75	4	4	4	5	5	22
A76	3	3	3	3	3	15
A77	4	5	4	4	4	21
A78	4	5	4	4	4	21
A79	1	5	1	4	4	15
A80	4	4	4	4	4	20
A81	5	5	5	5	5	25
A82	4	4	4	4	4	20
A83	4	4	4	3	4	19
A84	3	3	3	3	3	15
A85	3	3	3	3	3	15
A86	4	4	4	4	4	20
A87	5	5	5	5	5	25
A88	5	5	5	5	5	25
A89	5	5	5	5	5	25
A90	5	5	5	5	5	25
A91	5	5	5	5	5	25
A92	3	4	3	5	5	20
A93	3	3	3	3	3	15
A94	1	1	1	3	3	9
A95	4	4	4	4	4	20
A96	2	2	2	2	2	10
A97	5	5	5	5	5	25
A98	5	5	5	5	5	25
A99	5	5	5	5	5	25
A100	5	5	5	5	5	25

4. JAWABAN GAYA HIDUP

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
A01	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A02	5	4	4	5	2	5	5	4	34
A03	4	4	4	5	3	5	5	4	34
A04	5	5	5	3	3	4	1	2	28
A05	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A06	4	5	4	2	3	4	3	4	29
A07	4	4	5	2	5	5	5	4	34
A08	5	5	5	3	3	3	3	5	32
A09	5	5	5	4	4	4	4	5	36

A10	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A12	2	4	4	3	3	3	3	4	26
A13	5	5	5	5	5	5	5	4	39
A14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
A15	4	4	4	4	4	5	4	5	34
A16	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A17	5	5	5	4	4	4	5	5	37
A18	3	3	3	2	4	4	4	5	28
A19	4	4	4	4	4	4	4	3	31
A20	5	5	5	5	5	5	4	1	35
A21	3	3	3	3	3	3	5	5	28
A22	4	3	3	4	4	5	4	4	31
A23	5	4	4	4	4	4	5	4	34
A24	5	5	5	1	5	5	3	5	34
A25	5	5	5	5	5	5	3	4	37
A26	4	5	4	4	4	4	5	4	34
A27	5	5	5	5	5	5	5	4	39
A28	4	5	4	3	2	4	4	5	31
A29	5	5	5	5	5	5	4	3	37
A30	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A31	4	4	4	4	4	4	1	1	26
A32	1	1	1	1	1	1	3	5	14
A33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
A34	3	3	3	3	3	3	4	5	27
A35	5	5	5	5	5	5	4	5	39
A36	3	3	3	3	3	3	4	5	27
A37	5	5	5	5	5	5	3	4	37
A38	4	4	4	4	4	4	4	3	31
A39	5	4	4	5	5	5	2	2	32
A40	4	4	4	3	4	3	3	2	27
A41	4	4	4	4	4	4	5	5	34
A42	4	4	4	4	5	5	3	4	33
A43	5	3	4	2	3	4	4	4	29
A44	3	3	3	4	4	4	5	5	31
A45	3	3	3	2	4	3	4	3	25
A46	5	5	5	5	5	3	5	5	38
A47	5	3	4	4	3	4	4	4	31
A48	2	2	2	2	2	2	2	2	16
A49	4	4	4	3	3	3	4	4	29
A50	4	5	5	5	5	5	5	4	38

