

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERSI Z KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

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



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**OLEH:**

<b>NAMA</b>	<b>: NANA EKA SYAFITRI SEMBIRING</b>
<b>NPM</b>	<b>: 1905160348</b>
<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>: MANAJEMEN</b>
<b>KONSENTRASI</b>	<b>: MANAJEMEN KEUANGAN</b>

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



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada Hari Rabu, Tanggal 06 September 2023, Pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

**MEMUTUSKAN**

Nama : NANA EKA SYAFITRI SEMBIRING  
N P M : 1905160348  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN  
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z 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. Dr. Jufrizen S.E., M.Si)

Penguji II

(Qahfi Romula Siregar, S.E., M.M)

Pembimbing

(Dodri Firman, S.E., MM)

**PANITIA UJIAN**

Ketua

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

Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNA WAN, 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**

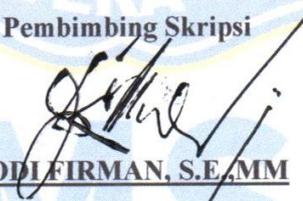
Skripsi ini disusun oleh:

Nama : NANA EKA SYAFITRI SEMBIRING  
N P M : 1905160348  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN  
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI  
Z KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian Mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2023

Pembimbing Skripsi

  
DODI FIRMAN, S.E., MM

Diketahui/Disetujui  
Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

  
JASMAN SARIPUDDIN HASIBUAN, 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. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

**BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : NANA EKA SYAFITRI SEMBIRING  
N.P.M : 1905160348  
Program Studi : MAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN  
Nama Dosen Pembimbing : DODI FIRMAN,SE.,MM  
Judul Penelitian : PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z KOTA MEDAN

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1			
Bab 2			
Bab 3	- Draft Skripsi diterima Pbb - Rencana Penelitian → dibuat sampai sidang meja hijau	20/7-2023 22/7-2023	f
Bab 4	- Akhiri dan Questionnaire responden - Tesahkes analisis pengemb dan Signifikan	27/7-2023	f
Bab 5	- Persediaan dengan Rumus Masalah & Hipotesis	28/7-2023 28/7-2023	f
Daftar Pustaka	- done	20/7-2023	f
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace Sidang Meja Hijau	14/08 2023	f

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi

(JASMAN SYARIFUDDIN HSB,SE.,M.Si)

Medan, 2023  
Disetujui Oleh  
Dosen Pembimbing

(DODI FIRMAN,SE.,MM)



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

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

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nana Eka Syafitri Sembiring  
NPM : 1905160348  
Program Studi : Manajemen Keuangan  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Medan.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata di kemudian hari data-data dari skripsi ini salah dan merupakan hasil **plagiat** karya orang lain maka dengan ini saya bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



**Nana Eka Syafitri Sembiring**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z KOTA MEDAN**

**NANA EKA SYAFITRI SEMBIRING**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan baik secara parsial maupun secara simultan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z kota Medan. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeslow berjumlah 96 orang generasi Z kota Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS (*Statistic Package for the Social Sciens*) versi 24.00. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan

**Kata Kunci : Lietrasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif**

*ABSTRACT**THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND LIFESTYLE ON  
CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN GENERATION Z IN MEDAN CITY**NANA EKA SYAFITRI SEMBIRING*

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

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of financial literacy and lifestyle on consumptive behavior in Generation Z of Medan, either partially or simultaneously. The approach used in this study is an associative approach. The population in this study is all the Z generations of Medan city. The sample in this study used the lemeslow formula, totaling 96 people from generation Z in Medan. Data collection techniques in this study used interview techniques, documentation studies, observations, and questionnaires. Data analysis techniques in this study used Multiple Liner Regression Analysis Test, Hypothesis Test (t test and F test), and the Coefficient of Determination. Data processing in this study used the SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) software version 24.00. The results of this study prove that partially and simultaneously financial literacy and lifestyle have a significant effect on consumptive behavior in Generation Z in Medan*

*Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Consumptive Behavior*

## KATA PENGANTAR



*Assalammualaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah rabbil'alamini puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Selanjutnya tidak lupa pula peneliti mengucapkan Shalawat dan Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi peneliti guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul peneliti yaitu : **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Kota Medan”**.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Untuk itu dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah bersedia membantu, memotivasi, membimbing, dan mengarahkan selama penyusunan Skripsi. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya terutama kepada:

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

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

10. Kepada teman- teman peneliti yang ada di kelas G pagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2019.
11. Serta seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti hanya bisa berharap semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Amin.

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

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

*Wassalammualaikum, Wr.Wb*

Medan, Mei 2023

Penulis

**Nana Eka Syafitri Sembiring**  
**NPM:1905160348**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	6
 <b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teoritis .....	8
2.1.1 Perilaku Konsumtif .....	8
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	8
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	9
2.1.1.3 Tujuan Dan Manfaat Perilaku Konsumtif .....	11
2.1.1.4 Indikator Perilaku Keuangan .....	11
2.1.2 Literasi Keuangan.....	12
2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan.....	12
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan .....	13
2.1.2.3 Jenis-jenis Literasi Keuangan .....	14
2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan .....	15
2.1.3 Gaya Hidup .....	16
2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup.....	16
2.1.3.2 Tujuan Dan Manfaat Gaya Hidup.....	17
2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup ....	19
2.1.3.4 Indikator Gaya Hidup .....	22
2.2 Kerangka Konseptual .....	23

2.3 Hipotesis .....	25
---------------------	----

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

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

### **BAB 4 HASIL PENELITIAN**

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

### **BAB 5 PENUTUP**

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

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Indikator Perilaku Konsumtif.....	37
Tabel 3.2	Indikator Literasi Keuangan.....	37
Tabel 3.3	Indikator Gaya Hidup.....	38
Tabel 3.5	Waktu Penelitian .....	39
Tabel 3.6	Skala Likert .....	42
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif .....	44
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan .....	44
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup .....	44
Tabel 3.10	Hasil Uji Reabilitas .....	45
Tabel 4.1	Persentase Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif .....	52
Tabel 4.2	Persentase Jawaban Responden Variabel Literasi Keuangan .....	54
Tabel 4.3	Persentase Jawaban Resonden Variabel Gaya Hidup .....	56
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.5	Hasil Regresi Liner Berganda .....	61
Tabel 4.6	Hasil Uji Pasrsial (Uji t).....	63
Tabel 4.7	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji T .....	48
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	61
Gambar 4.3 Kriteria Pengujian Uji T .....	63
Gambar 4.4 Kriteria Pengujian Uji T .....	64
Gambar 4.5 Kriteria Pengujian Uji F.....	65

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

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

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

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

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

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

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat yaitu dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani & Herwanto, 2015).

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

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

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

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019) dan (Udayanthi et al., 2018) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

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

Gaya hidup yang dimaksud adalah adaptif aktif dari individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk berinteraksi dan menyatu dengan orang lain. Gaya hidup dipengaruhi oleh keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dari seringnya berinteraksi dan menanggapi berbagai stimulus yang ada. Gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Disini ada suatu perilaku konsumsi yang merupakan dampak dari perkembangan zaman, dimana individu mengalami rasa ketidakpuasaan. Gaya hidup yang mengikuti trend biasanya memiliki tujuan agar terlihat sama seperti pengguna produk lain atau dari dalam diri menginginkan suatu perhatian lebih dari individu lain (Adlin, 2006).

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

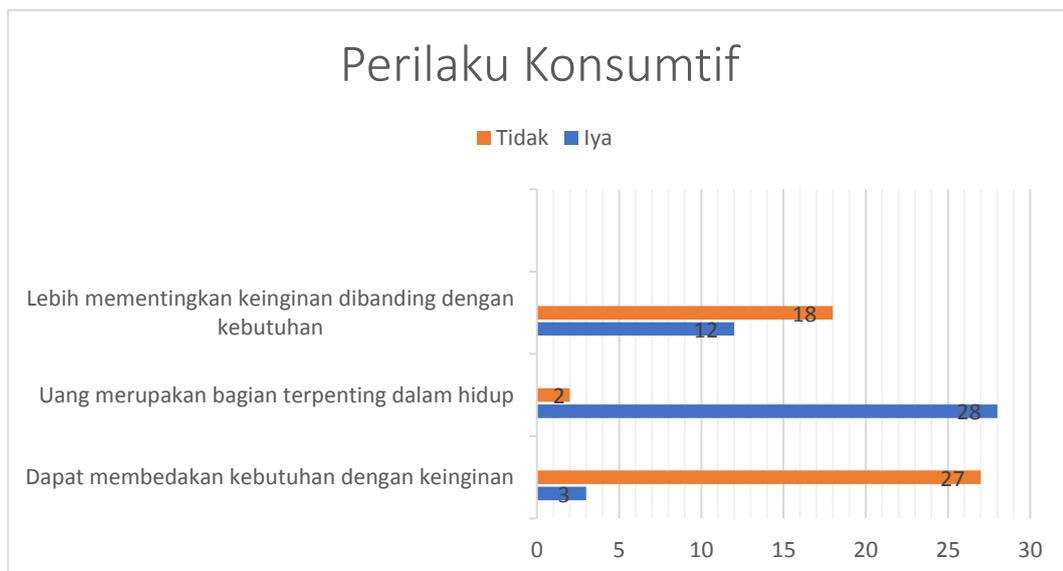
Tidak sedikit besar generasi Z kota Medan belum mandiri secara finansial sehingga masih bergantung kepada orang tua untuk memenuhi kebutuhan finansialnya. Hidup tergantung dari orang tua menyebabkan generasi Z kota Medan harus belajar untuk mengelola keuangan pribadinya secara mandiri. Fenomena yang terjadi pada generasi Z kota Medan adalah adanya yang tergolong berperilaku konsumtif dimana generasi Z kota Medan tidak mampu menyesuaikan anatara gaya hidup, keinginan, dengan kemampuan ekonomi yang dimilikinya sehingga uang yang didapatkan habis lebih cepat. Hal ini dapat dilihat dari hasil angket kuesioner yang dilakukan pada generasi Z kota Medan dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Kota Medan**

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total
		F	%	F	%	
1	Dapat membedakan kebutuhan dengan keinginan	3	10	27	90	30
2	Uang merupakan bagian terpenting dalam hidup	28	93	2	7	30
3	Lebih mementingkan keinginan dibanding dengan kebutuhan	12	40	18	60	30

**Sumber : (Hasil Kuesioner, 2023)**

Berikut dalam grafik tingkat perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan



**Sumber : (Hasil Kuesioner, 2023)**

**Gambar 1.1 Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z kota Medan**

Berdasarkan hasil observasi awal dan hasil angket pada beberapa mahasiswa dapat dilihat bahwa adanya beberapa generasi Z kota Medan yang berperilaku konsumtif dimana adanya beberapa generasi Z kota Medan yang susah untuk membedakan antara kebutuhan dengan keinginan selain itu adanya beberapa mahasiswa yang lebih mementingkan keinginan disbanding dengan kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan mahasiswa dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat yaitu dalam

hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Haryani, 2015).

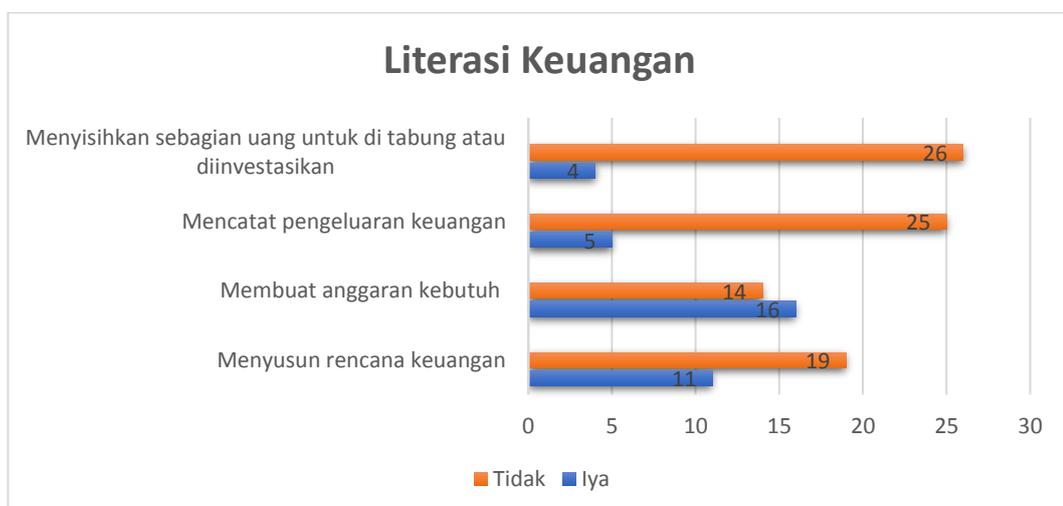
Selanjutnya literasi keuangan dimana peneliti melakukan pra survey berdasarkan dimensi dari literasi keuangan, pada tabel 1.2 dan gambar 1.2 dibawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Tingkat Literasi Keuangan Pada Generasi Z Kota Medan**

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total
		F	%	F	%	
1	Menyusun rencana keuangan	11	37	19	63	30
2	Membuat anggaran kebutuh	16	53	14	47	30
3	Mencatat pengeluaran keuangan	5	17	25	83	30
4	Menyisihkan sebagian uang untuk di tabung atau diinvestasikan	4	13	26	87	30

Sumber : (Hasil Kuesioner, 2023)

Berikut dalam grafik tingkat literasi keuangan pada generasi Z kota Medan



Sumber : (Hasil Kuesioner, 2023)

**Gambar 1.2 Tingkat Literasi Keuangan Pada Generasi Z kota Medan**

Berdasarkan gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa banyak generasi Z kota Medan yang tidak memiliki perencanaan keuangan masa serta sangat jarang juga ditemui generasi Z kota Medan yang membuat anggaran kebutuhannya ataupun sekedar melakukan pencatatan pengeluaran keuangan. Hal ini didukung dengan hasil data Survei OJK, menyebutkan literasi keuangan Indonesia tahun 2020 sebesar 40%. Sedangkan berdasarkan Peraturan Presiden No. 50 tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen sebesar 45% “Ini masih membutuhkan perjuangan panjang lebih dari setengah mahasiswa Indonesia belum memahami sektor keuangan dengan benar. Banyaknya mahasiswa yang belum terliterasi ini menjadi peluang bagi pelaku investasi bodong,” jelas Eko, dalam *Forum Diskusi Salemba Policy Center ILUNI UI* dengan tema “9 Tahun Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam Menjaga Inklusi Jasa Keuangan Indonesia”, (OkeFinance, 3/12/2020).

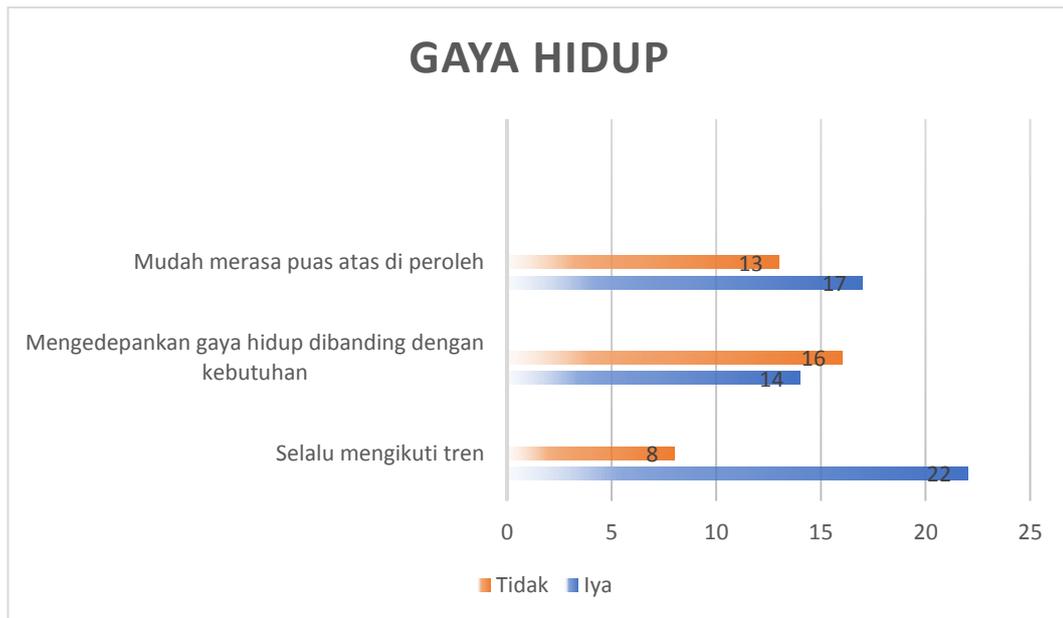
Selanjutnya pada gaya hidup dimana peneliti melakukan pra survey berdasarkan dimensi dari gaya hidup, pada tabel 1.3 dan gambar 1.3 dibawah ini:

**Tabel 1.3**  
**Tingkat Gaya Hidup Pada Generasi Z kota Medan**

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total
		F	%	F	%	
1	Selalu mengikuti tren	22	73	8	27	30
2	Mengedepankan gaya hidup dibanding dengan kebutuhan	14	47	16	53	30
3	Mudah merasa puas atas di peroleh	17	57	13	43	30

**Sumber : (Hasil Kuesioner, 2023)**

Berikut dalam grafik gaya hidup keuangan pada generasi Z kota Medan.



**Sumber : (Hasil Kuesioner, 2023)**

**Gambar 1.3 Tingkat Gaya Hidup Pada Generasi Z kota Medan**

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

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Kota Medan.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

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

1. Generasi Z kota Medan tidak mampu mengelola keuangannya dengan baik yang cenderung berperilaku konsumtif
2. Tingkat literasi keuangan generasi Z kota Medan masih tergolong rendah.
3. Generasi Z kota Medan tidak mampu menyesuaikan anantara gaya hidup, keinginan, dengan kemampuan ekonomi yang dimilikinya.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada generasi Z kota Medan, maka ditemukan berbagai permasalahan yang muncul berdasarkan fenomena masalah yang terdapat pada generasi Z kota Medan. Namun dalam hal ini peneliti membatasi masalah pada literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif.

## **1.4 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan?
3. Apakah literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

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

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran sebagai masukan dan saran terhadap peningkatan pengelolaan keuangan generasi Z kota Medan.

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Perilaku Konsumtif**

###### **2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif**

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

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

Menurut (Fitriyani et al., 2013), yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

### **2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif**

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

Menurut (A. P. Mangkunegara, 2012) faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif adalah :

1. Faktor budaya.

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

2. Faktor kelas social.

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

3. Faktor kelompok anutan

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

4. Faktor keluarga

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

#### 5. Faktor pengalaman belajar

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

#### 6. Faktor kepribadian.

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

#### 7. Faktor sikap dan keyakinan

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

#### 8. Konsep diri

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

#### 9. Gaya hidup

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

Sedangkan menurut (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

### **2.1.1.3 Indikator Perilaku Konsumtif**

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

Menurut (Lina & Rosyid, 2015) pembelian Impulsif (*Impulsive buying*) berarti perilaku membeli sematamata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

1. Pemborosan (*Wasteful buying*) berarti perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

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

Sedangkan (Sumartono, 2015) menjelaskan perilaku konsumtif ke dalam delapan aspek, yaitu:

1. Membeli barang karena hadiah yang menarik.

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

2. Membeli barang karena kemasannya yang menarik.

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

3. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.

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

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

4. Membeli barang karena ada program potongan harga.

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

5. Membeli barang untuk menjaga status sosial.

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

6. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.

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

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

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

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

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

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

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

## **2.1.2 Literasi Keuangan**

### **2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan**

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

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

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

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

### **2.1.2.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan**

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

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

Sedangkan menurut (Ansong & Gyensare, 2012) faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan:

1. Gender

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

2. Usia

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

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

### 3. Tingkat pendidikan orang tua

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

#### **2.1.2.3 Tujuan Dan Manfaat Literasi Keuangan**

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

Menurut surat edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2014 menyatakan bahwa tujuan literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Mampu meningkatkan literasi individu dari literasi rendah (Less Literate) atau tidak melek (Not Literate) menjadi literasi baik (Well Literate).
2. Meningkatkan jumlah pengguna produk jasa keuangan.

Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi mampu menentukan produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, paham akan hak dan kewajiban serta meyakini atas apa yang menjadi keputusan dalam penggunaan produk dan jasa keuangan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka.

Selanjutnya menurut surat edaran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2014 menyatakan bahwa manfaat literasi keuangan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Industri Keuangan

- 1) Semakin tinggi potensi transaksi keuangan yang dilakukan masyarakat maka potensi keuangan yang diperoleh lembaga jasa keuangan (LJK) semakin besar.
- 2) memotivasi LJK mengembangkan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

### 2. Bagi Masyarakat

- 1) Mampu memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan.
- 2) Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan lebih baik.
- 3) Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.
- 4) Mendapatkan pemahaman mengenai manfaat dan resiko produk dan jasa keuangan.

### 3. Ekonomi Makro

- 1) Semakin banyak masyarakat well literature semakin banyak jumlah pengguna produk dan jasa keuangan sehingga pada akhirnya akan menciptakan pemerataan kesejahteraan.
- 2) Semakin banyak yang berinvestasi dan menabung diharapkan sumber dana untuk pembangunan semakin meningkat.
- 3) Semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan dana lembaga jasa keuangan, intermediasi disektor jasa keuangan diharapkan semakin besar.

#### 2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan

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

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

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

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

1. *General Personal Finance*, yaitu kemampuan untuk memahami sesuatu yang berhubungan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
2. *Saving and borrowing*, yaitu kemampuan untuk memahami hal-hal yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman.

3. *Insurance*, pemahaman individu tentang pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi pendidikan dan asuransi jiwa.
4. *Investment*, yaitu kemampuan dasar untuk memahami sesuatu yang berkaitan tentang suku bunga, risiko investasi, pasar modal, reksa dana, dan deposito.

### **2.1.3 Gaya Hidup**

#### **2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup**

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

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

masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis.

Menurut (Wardhani et al., 2015), Gaya hidup kebanyakan dilukiskan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Sedangkan (Kotler & Armstrong, 2012) mendefinisikan bahwa gaya hidup menangkapi sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia.

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

### **2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Gaya Hidup**

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

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

### 2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

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

Selanjutnya menurut (Kotler & Amstrong, 2012) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

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

- 1) Sikap

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

- 2) Pengalaman dan pengamatan.

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

3) Kepribadian.

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

4) Motif.

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

5) Persepsi.

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

2. Faktor eksternal terdiri dari:

1) Kelompok referensi.

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

2) Keluarga.

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

3) Kelas sosial.

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

4) Kebudayaan.

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

### 2.1.3.4 Indikator Gaya Hidup

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

1. Kegiatan (*Activity*) adalah hal-hal apa yang dikerjakan oleh konsumen, berkaitan dengan produk apa yang dibeli atau yang akan digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. Minat (*Interest*) Merupakan apa saja yang menarik untuk konsumen berkaitan dengan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
3. Opini (*Opinion*) adalah Pandangan maupun perasaan konsumen dalam menanggapi atau mendiskripsikan penafsiran mengenai produk yang bersifat global maupun lokal. Dimana i digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternative.

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

1. kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas), dan

2. Opini (tentang isu sosial, isu politik, bisnis).

## **2.2 Kerangka Konseptual**

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

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

### **2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

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

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

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

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lestari et al., 2022; Nurmala, Arya, & Putri, 2021; Nurmala, Arya, Nurbaiti, et al., 2021; L. P. Putri et al., 2021) (Gunawan et al., 2019b) (Gunawan, 2023b, 2023a; Gunawan & Chairani, 2019b; Gunawan & Nasution, 2022; Gunawan & Safira, 2022; Mukmin et al., 2021) (Qurota'yun, 2019) (Gunawan, 2023a; Gunawan et al., 2023; L. P. Putri et al., 2021) Dan (Udayanthi, 2018) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### **2.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

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

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

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Patricia, 2014) dan (Pohan & Jufrizen, 2021) (Koto, 2021; D R Pulungan & Febriyanti, 2018) menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

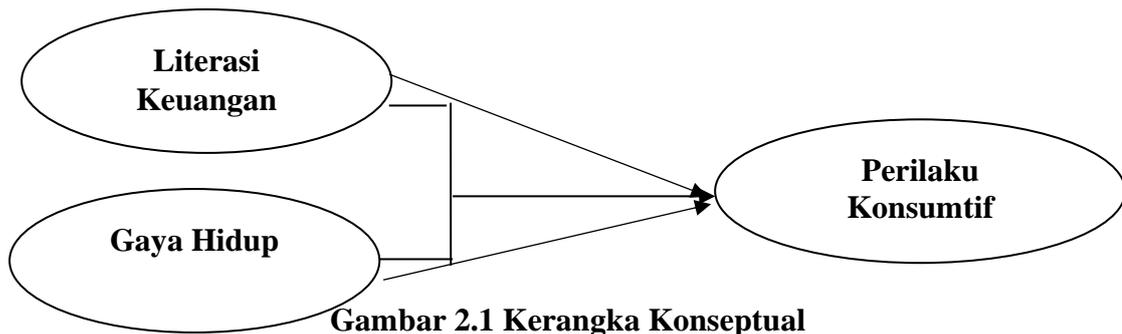
### **2.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

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

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

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

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



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

### **2.3 Hipotesis Penelitian**

Menurut (Juliandi et al., 2015) Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian.

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan.
2. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan.
3. Literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Medan.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

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

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

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

### 3.2 Definisi Operasional

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

#### 1. Perilaku Konsumtif (Y)

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

**Tabel 3.1**  
**Indikator Perilaku Konsumtif**

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

**Sumber:** (Nilawati, 2014)

#### 2. Literasi Keuangan (X1)

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

**Tabel 3.2**  
**Indikator Literasi Keuangan**

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

**Sumber:** (Nababan & sadalia, 2012)

### 3. Gaya Hidup (X2)

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

**Tabel 3.3**  
**Indikator Gaya Hidup**

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

**Sumber:** (Mandey, 2009)

### 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

#### 3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada generasi Z kota Medan

#### 3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan mulai dari bulan April 2023 sampai Agustus 2023. Rencana kegiatan penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Rencana Penelitian**

No	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian																			
		April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				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	Riset awal			■																	
3	Pembuatan proposal				■	■	■														
4	Bimbingan proposal					■	■	■	■												
5	Seminar proposal										■										
6	Riset											■	■								
7	Penyusunan Skripsi													■	■	■	■				
8	Bimbingan Sekripsi															■	■	■	■		
9	Sidang Meja Hijau																			■	

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

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

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z kota Medan.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel. Berikut rumus lemeshow menurut (Akdon & Ridwan, 2010).

$$n = \frac{Za^2 x PxQ}{L^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z\alpha$  = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1.96$

$P$  = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

$Q = 1 - P$   $L$  =Tingkat ketelitian 10%

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,01^2} = 96,04$$

Berdasar rumus di atas, maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden generasi Z kota Medan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Wawancara/*Interview*, Menurut (Juliandi et al., 2015) merupakan dialog langsung antara peneliti dengan responden. Wawancara dapat dilakukan apabila jumlah respondennya hanya sedikit. Wawancara tersebut untuk mengetahui permasalahan dari variabel yang akan diteliti. Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada generasi Z kota Medan. Teknik wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang beberapa informasi yang relevan dengan penelitian yang digunakan.
2. Kuisisioner/angket, Menurut (Juliandi et al., 2015) kuisisioner merupakan pertanyaan/pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui

pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti, angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak.

3. Studi dokumentasi. Menurut (Juliandi et al., 2015) merupakan catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu dengan cara mengumpulkan data dengan melihat atau mengamati secara langsung suatu objek yang diteliti.

Menurut (Juliandi et al., 2015) kuisisioner merupakan pernyataan/pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyaknya. Dalam memperoleh generasi Z kota Medan.

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

**Tabel 3.5**  
**Skala Likert**

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

**Sumber:** (Juliandi et al., 2015)

Penelitian dilakukan dengan melakukan studi dokumen untuk membuat uraian secara teoritis, dan berdasarkan kajian-kajian teoritis dari buku-buku perpustakaan maupun uraian teoritis lainnya yang diambil dari bahan tulisan yang lainnya yang berhubungan dengan apa yang mau teliti ini dengan mengaplikasikan pada kondisi yang ada generasi Z kota Medan. Selanjutnya setelah angket disebar

untuk mengukur valid serta handalnya suatu instrumen maka dilakukan uji validitas dan realibilitas.

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kemahiran suatu instrument pertanyaan sebagai alat ukur variabel penelitian (Juliandi et al., 2015) Uji validitas penelitian ini dilakukan pada generasi Z kota Medan. Berikut rumus menguji validitas adalah sebagai berikut:

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan:

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

Kriteria penarikan kesimpulan :

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

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

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
<b>Perilaku Konsumtif (Y)</b>	Y1.1	0.835 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.2	0.829 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.3	0.832 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.4	0.784 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.5	0.867 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.6	0.854 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.7	0.802 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	Y1.8	0.782 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

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

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)**

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
<b>Literasi Keuangan (X1)</b>	X1.1	0.772 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	X1.2	0.747 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	X1.3	0.807 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	X1.4	0.753 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	X1.5	0.712 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid
	X1.6	0.783 > 0,202	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

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

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2)**

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan	
<b>Gaya Hidup (X2)</b>	X2.1	0.840 > 0,204	0.000 < 0,05	Valid
	X2.2	0.788 > 0,204	0.000 < 0,05	Valid
	X2.3	0.818 > 0,204	0.000 < 0,05	Valid
	X2.4	0.847 > 0,204	0.000 < 0,05	Valid
	X2.5	0.824 > 0,204	0.000 < 0,05	Valid
	X2.6	0.794 > 0,204	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : SPSS. 24.00

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

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

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan:

r = reabilitas instrument (*cronbach alpha*)

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

$\sigma^2$  = Varians Total

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

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	R Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0.932	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (X1)	0.856		Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.900		Reliabel

**Sumber : SPSS 24.00**

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument menunjukkan tingkat reliabilitas instrument penelitian sudah memadai karena semua variabel > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari setiap variabel sudah

menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.

### 3.6 Teknik Analisis Data

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

#### 3.6.1 Metode regresi linear berganda

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

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X1 = literasi keuangan

X2 = gaya hidup

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

e = Error Terms

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistik berada dalam daerah signifikan secara statistik, apabila nilai uji statistik

berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya, disebut signifikan bila uji statistik berada dalam daerah  $H_0$  diterima.

### **3.6.2 Asumsi klasik**

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

#### **3.6.2.1 Uji Normalitas**

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

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

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

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

#### **3.6.2.2 Uji Multikolinearitas**

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel independen (Juliandi et al., 2015). Jika variabel Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas,

demikian juga sebaliknya. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflasi Factor*) antar variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan  $VIF > 10$ .

### **3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas**

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

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

### **3.6.3 Pengujian Hipotesis**

#### **3.6.3.1 Uji secara Parsial (Uji T)**

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

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

(Sugiyono, 2018)

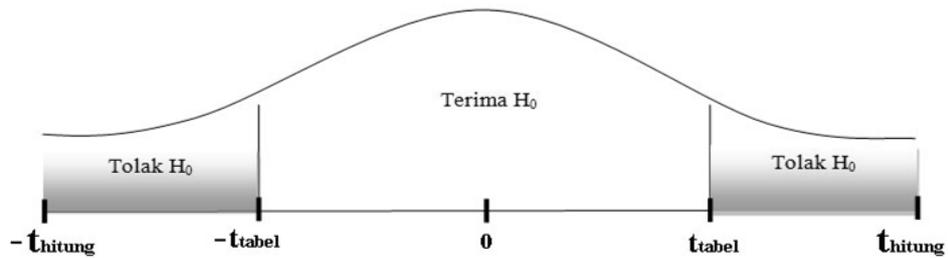
Keterangan :

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Pengujian hipotesis :



**Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis uji T**

Kriteria pengujian:

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

### 3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F)

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

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

(Sugiyono, 2018)

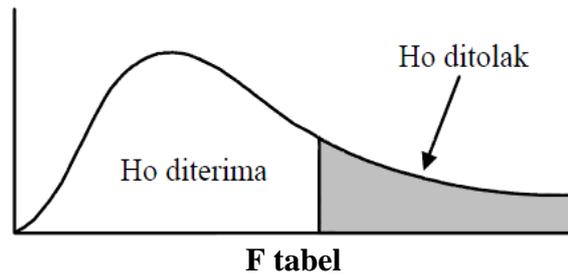
Keterangan :

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

$F = F$  hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F$  tabel



**Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis uji F**

Bentuk pengujiannya adalah :

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

#### 3.6.4 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

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

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

(Juliandi et al., 2015)

Keterangan :

$D$  = Determinasi

$R^2$  = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase Kontribusi

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

dijelaskan oleh variabel independen. Menurut (Ghozali, 2013), nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi semakin besar, maka semakin besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya.

## BAB 4

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Deskripsi Data

##### 4.1.1 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel literasi keuangan (X1), 6 pernyataan untuk variabel gaya hidup (X2) dan 8 pernyataan untuk variabel perilaku perilaku konsumtif (Y). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 96 orang masyarakat milenial kota Medan responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel ceklis yang terdiri dari 5 (lima) opsi pernyataan dan bobot –penelitian.

##### 4.1.2 Karakteristik Responden

Hasil tabulasi karakteristik 96 responden diolah menggunakan program SPSS yang menghasilkan deskripsi statistik responden dalam penelitian adalah berdasarkan jenis kelamin dari 96 responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Uraian</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Jenis Kelamin :</b>		
Pria	87	90.63
Wanita	9	9.37
<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, diketahui bahwa mayoritas jenis kelamin responden yaitu laki-laki yaitu 87 orang atau 90.63%, perempuan sebanyak 9 orang atau 9.37%. Dari data di atas mayoritas responden laki-laki yaitu berjumlah 87 orang.

### 4.1.3 Jawaban Responden

#### 4.1.3.1 Perilaku Konsumtif

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

**Tabel 4.2**  
**Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

No.	Jawaban Y											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	23	24.0	30	31.3	21	21.9	15	15.6	7	7.3	96	100%
2	20	20.8	29	30.2	21	21.9	18	18.8	8	8.3	96	100%
3	19	19.8	31	32.3	24	25.0	7	7.3	15	15.6	96	100%
4	22	22.9	33	34.4	19	19.8	13	13.5	9	9.4	96	100%
5	24	25.0	21	21.9	22	22.9	17	17.7	12	12.5	96	100%
6	19	19.8	29	30.2	26	27.1	14	14.6	8	8.3	96	100%
7	27	28.1	21	21.9	28	29.2	13	13.5	7	7.3	96	100%
8	22	22.9	37	38.5	16	16.7	16	16.7	5	5.2	96	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Dari tabel 4.2 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang berusaha agar tampil berbeda dengan orang lain mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 30 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 31.3%.
2. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 29 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 30.2%.
3. Jawaban responden tentang membeli karena mahal, agar memiliki rasa percaya diri mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 31 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 32.3%.

4. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena mengidolakan model yang mengiklan mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 33 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 34.4%.
5. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena agar sejalan dengan teman mayoritas menjawab “ sangat setuju” sebanyak 24 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 25.0%.
6. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena ikut-ikutan kawan mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 29 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 30.2%.
7. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa karena simbol status mayoritas menjawab “kuang setuju” sebanyak 28 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 29.2%.
8. Jawaban responden tentang membeli barang atau jasa agar dipanadang lebih baik dari orang lain mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 37 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 38.5%.

#### 4.1.3.2 Literasi Keuangan

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

**Tabel 4.3**  
**Skor Angket Untuk Variabel Literasi Keuangan (X1)**

No.	Jawaban X1											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	22.9	29	30.2	21	21.9	18	18.8	6	6.3	96	100%
2	20	20.8	39	40.6	19	19.8	10	10.4	8	8.3	96	100%
3	24	25.0	31	32.3	14	14.6	12	12.5	15	15.6	96	100%
4	27	28.1	31	32.3	22	22.9	10	10.4	6	6.3	96	100%
5	27	28.1	29	30.2	20	20.8	14	14.6	6	6.3	96	100%
6	23	24.0	27	28.1	19	19.8	18	18.8	9	9.4	96	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Dari tabel 4.3 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang mengetahui tentang inflasi mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 29 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 30.2%.
2. Jawaban responden tentang mengetahui pasar modal merupakan salah satu alat investasi mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 99 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 40.6%.
3. Jawaban responden tentang mengetahui manfaat Pengelolaan keuangan mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 31 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 32.3%.
4. Jawaban responden tentang mengetahui cara mengelolakeuangan yang baik danbijaksana mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 31 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 32.3%.
5. Jawaban responden tentang menggunakan bank untuk menyimpan tabungan mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 29 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 30.2%.
6. Jawaban responden tentang mengetahui perhitungan tingkat bunga sederhana mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 27 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 28.1%.

#### **4.1.3.3 Gaya Hidup**

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

**Tabel 4.4**  
**Skor Angket Untuk Variabel Gaya Hidup (X2)**

No.	Jawaban X2											
	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	16	16.7	37	38.5	20	20.8	17	17.7	6	6.3	96	100%
2	22	22.9	29	30.2	21	21.9	18	18.8	6	6.3	96	100%
3	20	20.8	37	38.5	18	18.8	13	13.5	8	8.3	96	100%
4	24	25.0	31	32.3	14	14.6	12	12.5	15	15.6	96	100%
5	13	13.5	39	40.6	20	20.8	14	14.6	10	10.4	96	100%
6	16	16.7	34	35.4	16	16.7	14	14.6	16	16.7	96	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Dari tabel 4.4 di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Jawaban responden tentang selalu melakukan hobi apabila waktu lenggang mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 29 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 30.2%.
2. Jawaban responden tentang sering mengalokasikan waktu untuk hiburan diri mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 39 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 40.6%.
3. Jawaban responden tentang prioritas dalam media sosial mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 31 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 32.3%.
4. Jawaban responden tentang tindakan yang lakukan berdasarkan pengaruh sosial mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 31 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 32.3%.
5. Jawaban responden tentang tindakan yang dilakukan berdasarkan alasan masa depan mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 29 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 30.2%.

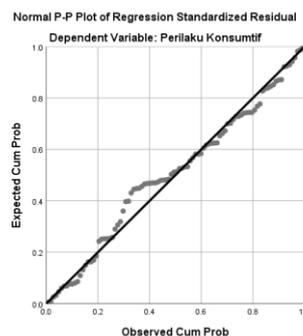
6. Jawaban responden tentang tindakan saya berdasarkan pengetahuan Pendidikan yang saya miliki mayoritas menjawab “setuju” sebanyak 27 orang dengan jumlah frekuensi sebesar 28.1%.

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Asumsi Klasik

#### 4.2.1.1 Uji Normalitas

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



Sumber: Data diolah SPSS versi 24.0

**Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas**

Pada grafik normal p-plot terlihat pada gambar diatas bahwa pola grafik normal terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

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

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Kolmogrov-smirnov**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.21616568
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.057
	Negative	-.111
Test Statistic		.111
Asymp. Sig. (2-tailed)		.105 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: SPSS Versi 24.00

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa nilai K-S variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif telah berdistribusi secara normal karena dari masing-masing variabel memiliki probabilitas lebih dari 0,05 yaitu  $0,111 > 0,05$

Nilai masing-masing variabel yang telah memenuhi standar yang telah ditetapkan dapat dilihat pada baris *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari baris tersebut nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,105. Ini menunjukkan variabel berdistribusi secara normal.

#### **4.2.1.2 Uji Multikolonieritas**

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

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

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Literasi Keuangan	.177	5.655
	Gaya Hidup	.177	5.655

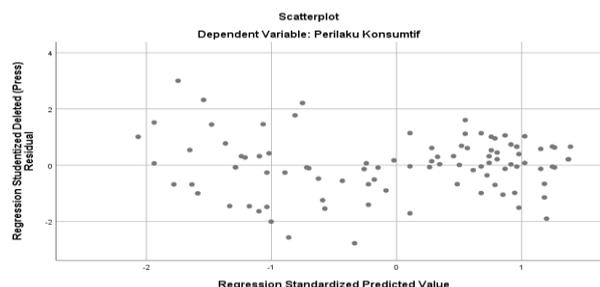
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai tolerance sebesar  $0.177 > 0.10$  dan nilai VIF sebesar  $5.655 < 10$ . Variabel literasi keuangan memiliki nilai tolerance sebesar  $0.177 > 0.10$  dan nilai VIF sebesar  $5.655 < 10$ . Dari masing-masing variabel memiliki nilai tolerance  $> 0.1$  dan nilai VIF  $< 5$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam penelitian ini.

#### 4.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk menguji ada atau tidaknya situasi heteroskedastisitas dalam varian *error terms* untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *chart* (Diagram *Scatterplot*).



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

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

#### 4.2.2 Regresi Linier Berganda

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

**Tabel 4.7**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.870	1.668		1.121	.265
	Literasi Keuangan	.781	.182	.542	4.287	.000
	Gaya Hidup	.450	.169	.336	2.659	.009

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS versi 24.00

Dari tabel 4.7 diatas diketahui nilai-nilai sebagai berikut :

1. Konstanta = 1.870
2. Literasi Keuangan = 0,781
3. Gaya hidup = 0.450

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

$$Y = 1.870 + 0,781_1 + 0,450_2$$

Jadi persamaan diatas bermakna jika :

1. Konstanta sebesar 1.870 menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen gaya hidup, literasi keuangan diasumsikan bernilai nol, maka nilai dari perilaku konsumtif adalah sebesar 1.870.
2. Nilai koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,781 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel literasi keuangan meningkat, maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,781 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol
3. Nilai koefisien regresi gaya hidup sebesar 0,450 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel gaya hidup meningkat, maka perilaku konsumtif meningkat sebesar 0,450 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai nol.

### 4.2.3 Pengujian Hipotesis

#### 4.2.3.1 Uji t (Uji Parsial)

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

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.870	1.668		1.121	.265
	Literasi Keuangan	.781	.182	.542	4.287	.000
	Gaya Hidup	.450	.169	.336	2.659	.009

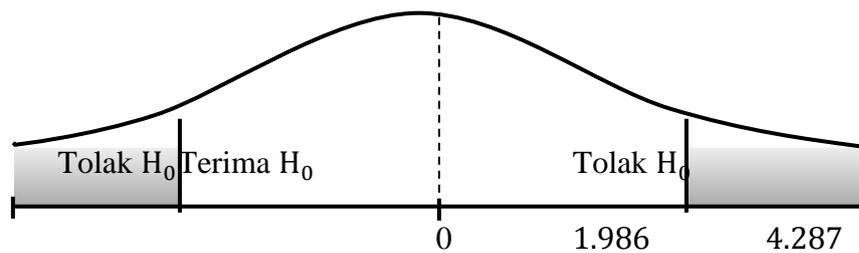
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Sumber : SPSS 24.00**

Hasil pengujian statistik pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap perilaku konsumtif. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 0,05$  dengan nilai t untuk  $n = 96 - 2 = 94$  adalah 1,986  $t_{hitung} = 4.287$  dan  $t_{tabel} = 1.986$



**Gambar 4.3 Kriteria Pengujian Uji t**

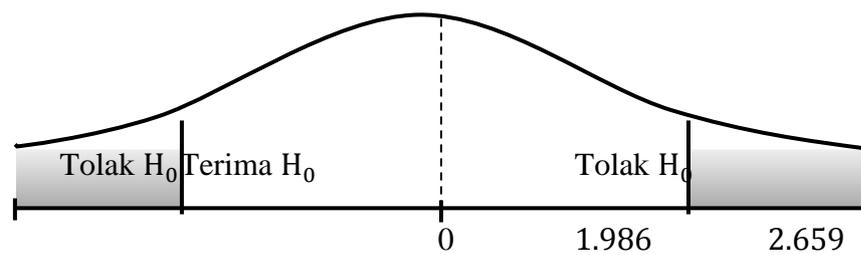
$H_0$  diterima jika :  $-1.986 \leq t_{hitung} \leq 1.986$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak jika :  $t_{hitung} > 1.986$  atau  $-t_{hitung} < -1.986$

Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel literasi keuangan adalah 4.287 dan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  diketahui sebesar 1.986 dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan literasi keuangan sebesar  $0.000 < 0.05$  artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota medan.

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

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap perilaku konsumtif. Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 0,05$  dengan nilai t untuk  $n = 96 - 2 = 94$  adalah 1,986  $t_{hitung} = 2.659$  dan  $t_{tabel} = 1.986$



**Gambar 4.4 Kriteria Pengujian Uji t**

$H_0$  diterima jika :  $-1.986 \leq t_{hitung} \leq 1.986$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak jika :  $t_{hitung} > 1.986$  atau  $-t_{hitung} < -1.986$

Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel gaa hidup adalah 2.659 dan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  diketahui sebesar 1.986 dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan gaya hidup sebesar  $0.009 < 0.05$  artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Zkota medan.

#### 4.2.3.2 Uji F (Uji Signifikan Simultan)

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

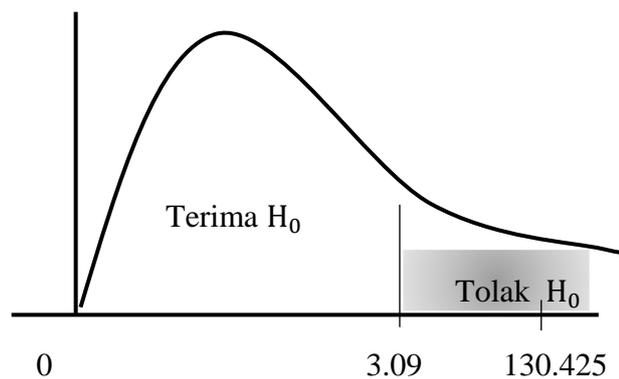
**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4736.608	2	2368.304	130.425	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1688.725	93	18.158		
	Total	6425.333	95			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan						

Sumber : SPSS versi 24.00

$$F_{tabel} = 96 - 2 - 1 = 93$$

$$F_{hitung} = 130.425 \text{ dan } F_{tabel} = 3.09$$



**Gambar 4.7 Kurva Uji F**

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 130.425 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  diketahui sebesar 3.09 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F$  ( $130.425 > 3.09$ ) artinya  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Zkota medan.

#### 4.2.4 Uji Koefisien Determinasi (*R-square*)

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

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.737	.732	4.26126
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: SPSS versi 24

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

$$D = 0.737 \times 100\%$$

$$= 73.7\%$$

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari R square sebesar 0.737 yang berarti 73.7% dan hal ini menyatakan bahwa variabel gaya hidup, literasi keuangan sebesar 73.7% untuk mempengaruhi variabel perilaku konsumtif. Selanjutnya selisih  $100\% - 73.7\% = 26.3\%$ . hal ini menunjukkan 26.3% tersebut adalah variabel lain yang tidak berkontribusi terhadap penelitian perilaku konsumtif.

#### **4.2.5 Pembahasan**

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal-hal tersebut. Berikut ini ada tiga bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan kajian pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi, hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel literasi keuangan adalah 4.287 dan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  diketahui sebesar 1.986 dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan literasi keuangan sebesar  $0.000 < 0.05$  artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota medan.

Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada masyarakat generasi milenial kota medan, dimana dengan

tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh masyarakat yang kurang baik sehingga masyarakat kurang mampu membedakan dimana yang menjadi kebutuhan dan keinginan sehingga masyarakat cenderung berperilaku konsumtif.

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

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

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

Pengetahuan Literasi sebagai kemampuan seseorang individu untuk membuat penilaian berdasarkan informasi dan dalam hal pengambilan keputusan yang efektif terkait dengan penggunaan dan pengelolaan keuangan. Mereka juga menambahkan bahwa orang tersebut juga memiliki sikap yang memfasilitasi

manajemen yang efektif dan bertanggung jawab dalam urusan keuangan (R. Putri & Siregar, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Qurota'yun, 2019) Dan (Udayanthi, 2018) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Chairiah & Siregar, 2022) menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

## **2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan kajian pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi, hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel gaa hidup adalah 2.659 dan  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  diketahui sebesar 1.986 dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan gaya hidup sebesar  $0.009 < 0.05$  artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Zkota medan.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada masyarakat generasi milenial kota medan, dimana dengan gaya hidup yang tinggi, masyakat yang selalu ingin eksis trus dan tidak mau ketinggalan jaman sehingga masyarakat cenderung lebih mengutamakan keinginan, gaya hidup disbanding dengan kebutuhan.

Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Gaya hidup konsumen mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Saat ini konsumen memiliki kebebasan lebih

dengan tersedianya berbagai alternatif merek dan didukung oleh penjualan secara online. Gaya hidup baru dalam proses pembelian ini, mengubah motivasi konsumen dalam memilih produk (Siregar et al., 2023).

Pola gaya hidup merupakan bagaimana pola dari gaya hidup seseorang, termasuk bagaimana seseorang dalam menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Apalagi sekarang mahasiswa merupakan generasi muda yang berada pada tingkat usia remaja yang paling mudah dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan modernisasi. Dengan mengikuti perubahan zaman itu sangat berdampak pada perilaku keuangan. Perilaku ini yang akhirnya menjadi gaya hidup dan kebiasaan yang dianut dan disenangi oleh remaja (Sari & Siregar, 2022).

Gaya hidup atau *life style* adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini harus mengukur dimensi AIO (activities, interest, opinion) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk) (Sunarto, 2013). Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang terungkap dalam aktivitasnya, kepentingan, dan pendapat. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan dirinya lingkungan. Pemasar mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup (Siregar & Simatupang, 2022).

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

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

### **3. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan kajian pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi, hasil pengujian hipotesis simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 130.425 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  diketahui sebesar 3.09 berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F$  ( $130.425 > 3.09$ ) artinya  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota medan.

Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup secara bersama-sama mampu meningkatkan perilaku konsumtif pada masyarakat generasi Z kota medan. Dimana dengan kurangnya pemahaman masyarakat dalam mengelola keuangan dan tingginya gaya hidup masyarakat serta masyarakat kurang mampu untuk mengontrol diri sehingga masyarakat akan cenderung berperilaku konsumtif.

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

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

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

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota medan.
2. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota medan.
3. Literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota medan.

#### **5.2 Saran**

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

1. Untuk menghindari perilaku konsumtif yang dimiliki generasi Z kota medan hendaknya masyarakat generasi milenial kota medan agar lebih membedakan kebutuhan dengan keinginan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Untuk menghindari perilaku konsumtif yang dimiliki generasi Z kota medan, hendaknya masyarakat generasi milenial kota medan untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan yang dimilikinya dengan cara lebih banyak mengedepankan praktik secara sistematis yang bukan hanya tentang teori semata. Karena literasi keuangan bukan hanya soal menggunakan dana saja melainkan juga bagaimana mengambil manfaat dari apa yang kita miliki.

3. Untuk menghindari perilaku konsumtif yang dimiliki generasi Z kota medan, sebaiknya masyarakat generasi milenial kota medan mulai menabung secara periodik, misalnya setiap sebulan sekali atau dua bulan sekali. Kemudian, masyarakat juga menentukan target dan waktu sampai kapan akan menabung. Hal ini penting karena sebagai pemicu motivasi masyarakat agar rajin menabung, karena manfaat menabung yang besar.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

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

1. Dalam faktor mempengaruhi perilaku konsumtif hanya menggunakan gaya hidup, literasi keuangan sedangkan masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Adanya keterbatasan peneliti dalam memperoleh sampel yang peneliti gunakan hanya 96 orang responden sedangkan masih banyak generasi Z kota medan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Jalasutra.
- Akdon, A., & Ridwan, R. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Cetakan 2.
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo*, 6(2), 273–279.
- Ansong, A., & Gyensare, M. A. (2012). Determinants of university workingstudents' financial literacy at the University of Cape Coast, Ghana. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 126–133.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Capuano, A., & Ramsay, I. (2011). *What Causes Suboptimal Financial Behaviour? An Exploration Of Financial Literacy Social Influences And Behavioural Economics*. Salemba Empat.
- 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.
- Chen, H., & Volpe, R. p. (2011). An Analysis Of Personal Financial Lieracy Among College Students. *Financial Services Reviewervice Review*, 7(2), 107–128.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauzia, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55–68.
- Gunawan, A. (2023a). Financial Literacy and Use of Financial Technology Payment for Consumptive Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 92–100.
- Gunawan, A. (2023b). 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: International Journal Reglement & Society*, 4(1), 71–80.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019a). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics*, 1(1), 76–86.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019b). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics*, 1(3),

76–86.

- Gunawan, A., Jufrizen, J., & Pulungan, D. R. (2023). Improving MSME performance through financial literacy, financial technology, and financial inclusion. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 15(1), 39–52.
- Gunawan, A., & Nasution, U. S. (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.
- Gunawan, A., Pirai, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(2), 22–35.
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2019a). Tingkat Literasi Keuangan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Bisnis Magister Manajemen*, 1–9.
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2019b). Tingkat Literasi Keuangan Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019)*, 1(2685–1474), 1–9.
- Gunawan, A., & Safira, H. Z. (2022). The Effect Of Financial Literature On The Financial Management Of Msmes. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 3(2), 45–56.
- Gupta, P., & Singh, B. (2013). Role of Literacy Level in Financial Inclusion in India: Empirical Evidence. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(3), 272–276. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2013.V1.59>
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Hawskin, D. I., Roger, J. B., & Kenneth, A. C. (2013). *onsumer Behavior Building Marketing Strategy, Tenth Edition*. McGraww-Hill.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Marketing Management*. Erlangga.
- Koto, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

- Mahasiswa: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)*, 2(3), 645–654.
- Koto, M., & Pulungan, D. R. (2017). The Financial Literacy of Students and Investment Decisions in the Indonesia Stock Exchange. *Proceedings of AICS-Social Sciences*, 7(6), 305–311.
- Lestari, S. P., Putri, L. P., & Adella, D. (2022). Peran Financial Literacy dan Financial Technology dalam Membantu Perekonomian UMKM di Desa Bandar Khalipah. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 22(2), 190–199.
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (2015). Perilaku Konsumtif berdasar Locus Of Control pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika*, 2(4), 5–13.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *America Economic Association*, 52(1), 5–44.
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6(1), 1–11.
- Mangkunegara, A. A. (2014). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Perilaku Konsumen*.
- Mendari, A. S., & Kewal, S. S. (2014). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa Stie Musi. *Jurnal Economia*, 9(2), 1–13.
- Mukmin, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruksi Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303.
- Nababan, D., & Sadali, I. (2012). Analisis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1–16.
- Naomi, P., & Mayasari, I. (2008). Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. *Jurnal Telaah Bisnis*, 8(2), 179–193.
- Nilawati, P. S., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3(1), 62–68.
- Nurmala, F., Arya, M., Nurbaiti, N., & Putri, L. P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa di Tengah Pandemi (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB

- UMSU). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 307–314.
- Nurmala, F., Arya, M., & Putri, L. P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa di Tengah Pandemi ( Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMSU ). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 307–314.
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X.” *Jurnal Psikologi*, 12(1), 10–17.
- Peter, & Oloson. (2012). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Pohan, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.
- Pulungan, D R, & Febriyanti, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 1(1), 401–406.
- Putri, L. P., Christiana, I., Kalsum, U., Widya, W., & Justianti, M. (2021). The Influence of Financial Literacy on Investment Decisions During the Pandemic. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 4(2), 301–308.
- 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 (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 3(3), 580–592.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Journal Accounting and Finance*, 3(1), 46–53.
- Sari, D. P., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Sistem Pembayaran Online, Pola Gaya Hidup Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan pada Mahasiswa Akhir Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Sosek: Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 3(2), 99–109.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- 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), 646–654.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sumartono, S. (2015). *Terperangkap Dalam Iklan*.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Press.
- Sunarto, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. BPFE-UST.
- Sunarto, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2), 1–14.
- 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) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 195–208.
- Vitt, L. A. (2000). *Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S.*
- Wahyudi, W. (2013). Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Sosiologi*, 1(4), 26–38.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63.

