

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN GAYA HIDUP DAN  
PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNAAN  
PAYLATER (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
STAMBUK 2019)**

**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>: NABILAH FATIN</b>      |
| <b>NPM</b>           | <b>: 1805160373</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**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum'at, tanggal 26 Mei 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

### MEMUTUSKAN

Nama : NABILAH FATIN  
NPM : 1805160373  
Program Studi : MANAJEMEN  
Kosentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN  
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNAAN PAYLATER (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA STAMBUK 2019)

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

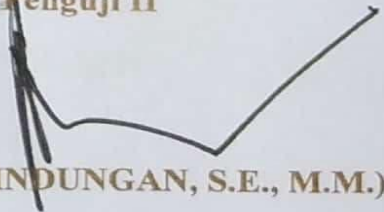
### TIM PENGUJI

Penguji I



(SAPRINAL MANURUNG, S.E., M.A.)

Penguji II



(RONI PARLINDUNGAN, S.E., M.M.)

Pembimbing



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

### PANITIA UJIAN

Ketua



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

Sekretaris



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



PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

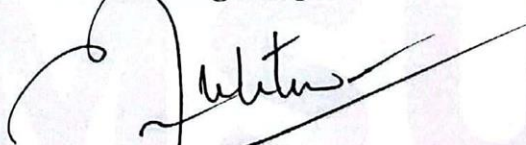
Skripsi ini disusun oleh :

Nama : NABILAH FATIN  
N.P.M : 1805160373  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN  
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNAAN PAYLATER (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA STAMBUK 2019)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 18 Mei 2023

Pembimbing Skripsi

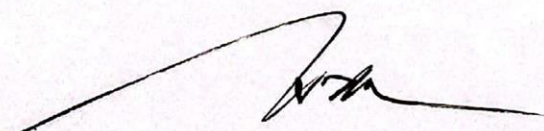


Assoc. Prof. JULITA, SE, M.Si

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




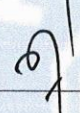
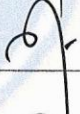
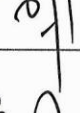
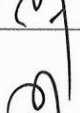


JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E., M.Si




Assoc. Prof. Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Nabilah Fatin  
 NPM : 1805160373  
 Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Julita, SE, M.Si  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
 Judul Penelitian : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Paylater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)

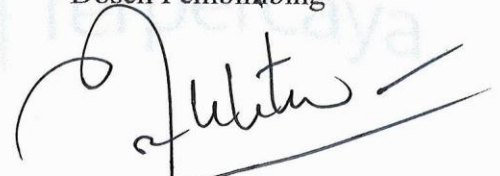
| Item                          | Hasil Evaluasi  | Tanggal  | Paraf Dosen   |
|-------------------------------|---|----------|---|
| Bab 1                         | Perbaiki<br>- LBM (data, Grafik)<br>- Rumus                 | 10/3 23  |    |
| Bab 2                         | Urups tem sesuai dengan Topik<br>Jual dan Variabel peneliti | 10/3 23  |   |
| Bab 3                         | - Teknik analisis data<br>- Pengolah data                   | 15/04 23 |  |
| Bab 4                         | Pembahasan deskripsi dan<br>suaras dgn teks 2 jmlah         | 15/04 23 |  |
| Bab 5                         | Sederhanakan kesimpulannya<br>menyusun angka                | 17/04 23 |  |
| Daftar Pustaka                | Mendeley  | 17/04 23 |  |
| Persetujuan Sidang Meja Hijau | Siap diproses dan Ace diproses<br>Kendang meja hijau        | 18/05 23 |  |

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi



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

Medan, 18 Mei 2023  
Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing



(Assoc. Prof. Julita, SE, M.Si)

## ABSTRAK

### **PENGARUH LITERASI KEUANGAN GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNAAN *PAYLATER* (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA STAMBUK 2019)**

NABILAH FATIN

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Sumatera Utara  
Email: [nabilahfatin245@gmail.com](mailto:nabilahfatin245@gmail.com)

Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku konsumtif yang diterapkan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal serta memiliki banyak faktor dan efek khususnya dalam menggunakan Paylater sebagai pemenuhan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan *paylater* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2019. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria khusus berjumlah 86 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan aplikasi *Partial Least Square* (SmartPLS). Berdasarkan hasil secara parsial penelitian disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *Paylater*, Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *Paylater*, Perilaku Konsumtif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *Paylater*. Dan secara simultan Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif memiliki efek sedang/moderat dan berat terhadap penggunaan *Paylater*.

***Kata Kunci:*** Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, *PayLater*.

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY LIFESTYLE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON THE USE OF PAYLATER (CASE STUDY OF STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITY MUHAMMADIYAH SUMATERA NORTH STAMBUK 2019)***

**NABILAH FATIN**

*Program Studies Management Faculty Economy And Business University  
Muhammadiyah North Sumatra  
E-mail: [nabilahfatin245@gmail.com](mailto:nabilahfatin245@gmail.com)*

*Lifestyle Financial Literacy and Consumptive Behavior applied by University students Muhammadiyah North Sumatra is influenced by internal and external conditions and has many factors and effects, especially in using Paylater as a fulfillment of needs. Study This aim For know the influence of financial literacy, lifestyle and consumptive behavior on the use of student paylaters at the University of the Faculty of Economics and Business Muhammadiyah North Sumatra in 2019. Method study in study This use study quantitative. The population in this research is Study Program Students Management Faculty Economy And Business University Muhammadiyah SumatraNorth. The sampling technique for this study was purposive sampling using special criteria, totaling 86 respondents. Data analysis techniques used is path analysis with Partial Least Square (SmartPLS) application. Based on results in partial research it can be concluded that Financial Literacy has a positive and significant effect on the use of Paylater, Lifestyle has a positive and significant effect on the use of Paylater, Consumptive Behavior has a positive and significant effect on the use of Paylater. And simultaneously Financial Literacy Lifestyle and Consumptive Behavior have a moderate/moderate and severe effect on the use of Paylater.*

***Keywords: Financial Literacy, Lifestyle , Consumptive Behavior , PayLater .***

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan *PayLater* (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bekal ilmu pengetahuan, dorongan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah meridhoi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Alm. Wiwit Hartono dan Ibu Khairani selaku orang tua penulis, Syifalutfiyah, Fahri zamzami, dan Putri Fadhilah Sebagai saudara kandung penulis serta segenap keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan, nasihat, doa, dan kasih sayangnya tanpa henti.
3. Bapak Prof. Dr. Agussani. M.AP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak H. Januri, S.E., M.M., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Jufrizen, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Ibu Assoc. Prof. Julita S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan dengan sabar serta memberikan masukan serta nasehat yang bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan penulis dalam memahami ilmu yang diberikan sehingga diberikan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi.
11. Seluruh staf dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memotivasi dalam penulisan skripsi ini yaitu: Rahma, Rio, Dafa, dan Cahyo.



13. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu, terimakasih banyak atas dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis telah berupaya dengan maksimal dalam mengerjakan skripsi ini dan skripsi ini belum dapat dikatakan sebagai karya yang sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis menghargai segala saran dan kritik yang bersifat membangun demi pencapaian suatu perbaikan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Medan, Mei 2023  
Penulis

**Nabilah Fatin**  
**NPM. 1805160373**

## DAFTAR ISI

Halaman

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                     |             |
| <b>ABSTRACT .....</b>                    |             |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>              | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                 | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>             | <b>x</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>           | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....          | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....           | 9           |
| 1.3 Batasan Masalah.....                 | 9           |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                | 10          |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....              | 11          |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....             | 11          |
| <b>BABII KAJIAN PUSTAKA .....</b>        | <b>12</b>   |
| 2.1 Landasan Teori.....                  | 12          |
| 2.1.1 PayLater .....                     | 12          |
| 2.1.2 Literasi Keuangan .....            | 19          |
| 2.1.3 Gaya Hidup .....                   | 23          |
| 2.1.4 Perilaku Konsumtif .....           | 29          |
| 2.2 Kerangka Konseptual .....            | 35          |
| 2.3 Hipotesis Penelitian.....            | 37          |
| <b>BABIII METODE PENELITIAN .....</b>    | <b>39</b>   |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                | 39          |
| 3.2 Defenisi Operasional Variabel .....  | 39          |
| 3.2.1 Variabel Dependen.....             | 39          |
| 3.2.2 Variabel Independen .....          | 40          |
| 3.3 Tempat dan Waktu penelitian .....    | 41          |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian ..... | 42          |
| 3.4.1 Populasi.....                      | 42          |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.4.2 Sampel.....  | 43        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....   | 44        |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....  | 44        |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif .....  | 44        |
| <b>BABIV HASIL PENELITIAN .....</b>  | <b>53</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....   | 53        |
| 4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....   | 53        |
| 4.1.2 Karakteristik Identitas Responden.....   | 54        |
| 4.1.3 Analisis Variabel Penelitian .....   | 59        |
| 4.2 Analisis Data .....  | 67        |
| 4.2.1 Analisis Model Pengukuran/Measurement Model Analysis (Outer Model).....              | 67        |
| 4.2.2 Analisis Model Struktural/Structural Model Analysis (Inner Model) .                  | 73        |
| 4.2.3 Pengujian Hipotesis.....   | 76        |
| 4.3 Pembahasan.....  | 80        |
| 4.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap PayLater.....                                    | 80        |
| 4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap PayLater.....   | 82        |
| 4.3.3 Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap PayLater.....                                   | 83        |
| 4.3.4 Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap PayLater ..... | 84        |
| <b>BABV PENUTUP.....</b>   | <b>86</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 86        |
| 5.2 Saran.....   | 86        |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....   | 86        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>88</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 4  |
| Gambar 1.2 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 4  |
| Gambar 1.3 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 5  |
| Gambar 1.4 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 5  |
| Gambar 1.5 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 6  |
| Gambar 1.6 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 6  |
| Gambar 1.7 Hasil Kuesioner 2023 .....     | 7  |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....        | 35 |
| Gambar 4.1 Model Persamaan Stuctural..... | 78 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 3.1 Estimasi Waktu Penelitian .....  | 42 |
| Tabel 4.1 Skala Likert.....  | 53 |
| Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                         | 54 |
| Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....                                   | 55 |
| Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Uang Saku .....                      | 55 |
| Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan penggunaan <i>Paylater</i> .....            | 56 |
| Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan transaksi menggunakan <i>Paylater</i> ..... | 57 |
| Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Biaya pengeluaran tiap bulan .....          | 57 |
| Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan pendapatan tiap bulan .....                 | 58 |
| Tabel 4.9 Skor Angket Untuk Variabel Literasi Keuangan .....                           | 59 |
| Tabel 4.10 Skor Angket Untuk Variabel Gaya Hidup.....                                  | 62 |
| Tabel 4.11 Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif.....                          | 63 |
| Tabel 4.12 Skor Angket Untuk Variabel <i>Paylater</i> (Y).....                         | 65 |
| Tabel 4.13 Composite Reliability .....   | 67 |
| Tabel 4.14 Convergent Validity.....  | 70 |
| Tabel 4.15 Discriminant Validity.....  | 73 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji R-Square .....  | 74 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F-Square .....  | 75 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Direct Effects.....   | 77 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Total Effects .....   | 79 |

## LAMPIRAN

Data Kuesioner

Lembar Permohonan Judul Skripsi

Lembar Persetujuan

Izin Riset Pendahuluan

SK Dosen Pembimbing

Izin Riset dari Perusahaan

Pernyataan Keaslian Skripsi Berita

Acara Bimbingan Berita Acara

Seminar Menyelesaikan Riset

Menyelesaikan Riset dari Perusahaan

Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada saat ini sangat signifikan, perkembangan tersebut memberikan dampak yang besar kepada dunia, salah satunya dalam sektor perdagangan, sehingga sistem e-commerce berkembang dengan pesat. Perkembangan e-commerce berdampak pada metode pembayaran yang semula hanya dikenal dengan pembayaran tunai, berbasis kertas, berbasis kartu, kinimulai diperkenalkan dengan sistem pembayaran baru berbasis elektronik seperti m-banking, virtual account, dan payment aplikasi. (Sari, 2021)

*PayLater* adalah jenis pembayaran kredit online. *PayLater* dengan slogannya „*Buy Now, PayLater*’ merupakan jenis pembiayaan yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian dengan cara mengangsur dan membayarnya di masa mendatang. *PayLater* memungkinkan penggunanya memiliki kartu kredit tanpa kartu dan tanpa proses pembuatan yang rumit. Konsep pembayaran yang mirip dengan metode kartu kredit, namun dengan syarat yang lebih mudah ini menjadi nilai tambah bagi layanan keuangan digital (Rachman, 2022)

Studi dari Coherent Market Insights pada tahun 2019 mengatakan pasar *PayLater* global akan tumbuh menjadi US\$ 33,6 juta pada tahun 2027 dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata (CAGR) lebih dari 21.2%. Di Indonesia, layanan ini terus mendapatkan perhatian. *Fintech Report 2020* dari Daily Social Research mengatakan ada tiga faktor utama penggunaan produk keuangan ini di Indonesia.

Di antaranya adalah cocok dengan kebutuhan masyarakat (66, 7%), menghemat waktu (58, 8%), dan menjadi alternatif produk keuangan (56, 9%).

Hal lain yang membuat layanan *PayLater* diprediksi tumbuh positif adalah perbedaannya dengan implementasi adopsi yang berbeda di tiap negara. Di negara-negara maju yang memiliki penetrasi kartu kredit tinggi, *PayLater* hanya bersifat sebagai pilihan. Namun, di Indonesia pilihan ini menjadi esensial. *PayLater* menjadi akses kredit bagi masyarakat. Sistemnya hampir mirip dengan kartu kredit karena diberi limit tertentu untuk berbelanja. Namun, *PayLater* biasanya memberikan penjaminan bayaran yang lebih rendah dari pada kartu kredit. (Rahma, 2021)

Hadirnya fitur pembayaran *PayLater* menguntungkan bagi mahasiswa apalagi terdapat iming-iming berupa pemberian bunga sampai 0 persen setiap melakukan pembayaran *PayLater* dalam jangka waktu 1 bulan. Menurut (Sumartono, 2012) dalam (Zuhriyah, 2020) Seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang tren.

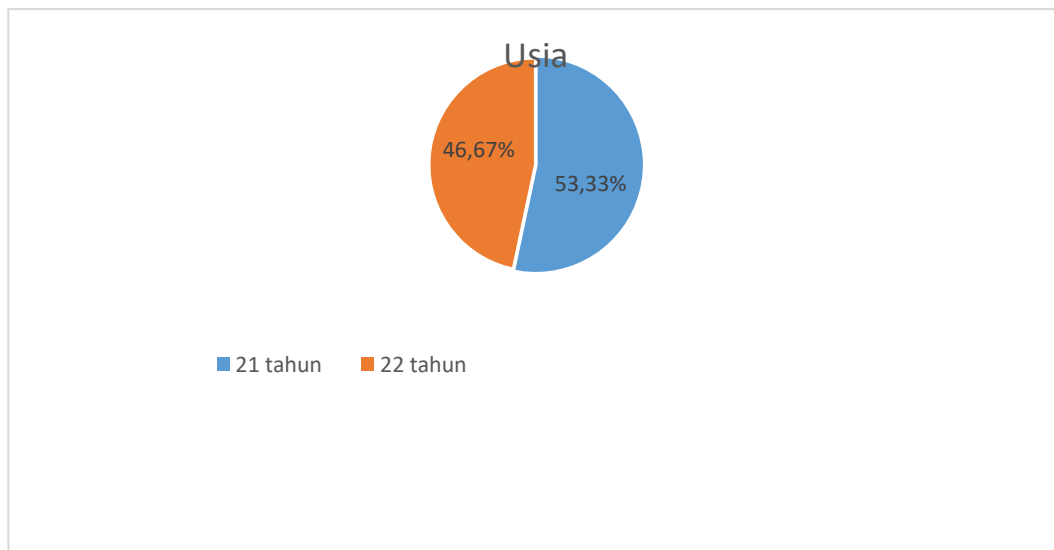
Mahasiswa termasuk golongan remaja yang memiliki tingkat pendidikan paling tinggi, kematangan dalam berpikir pun mulai meningkat. Pola berpikir secara kritis dapat menilai apa yang dihadapinya. Pada pusat data Republika menunjukkan mahasiswa rata-rata menghabiskan waktu bersama gawai serta televisi sebanyak 27 kali setiap jamnya, angka ini menunjukkan adanya peningkatan dalam mengonsumsi suatu konten, sama halnya dengan hiburan yang dikonsumsinya berada di angka 18 jam per hari untuk menikmati teknologi gaming ataupun tontonan on demand yang memiliki peluang berbelanja *upgrade fitur*.



Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *PayLater*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden yakni 10,8% Hiburan (nonton, konser), 37,7% *Travelling* (pemesanan tiket transportasi), 23,3% Nongkrong (pembelian F&B), 7,1% Internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% *Shopping* (belanja ber merk).

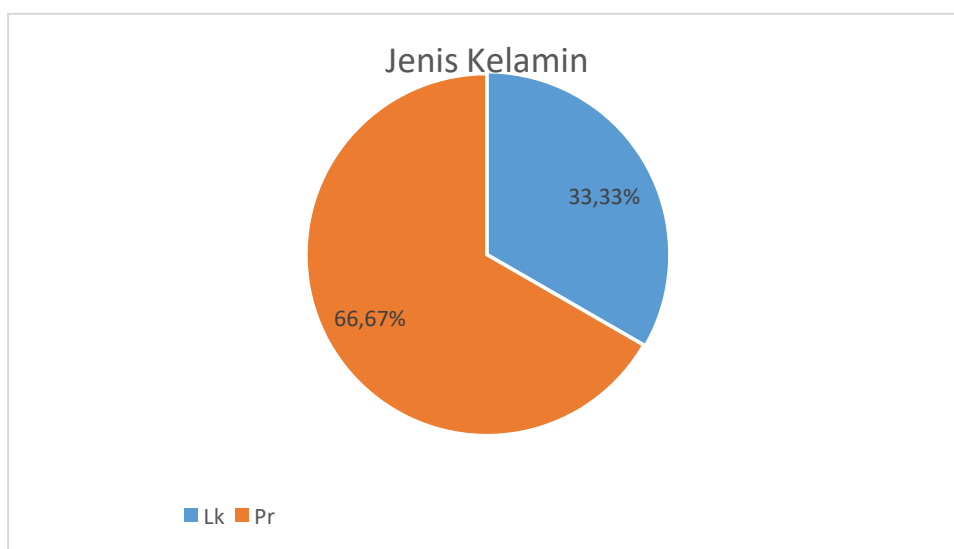
Dalam observasi awal yang penulis lakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, ditemukan berbagai indikator yang menimbulkan pertanyaan dari hal hal umum yang di tanyakan kepada responden mengenai kebutuhan sehari harinya dan penggunaan *PayLater*, dimana permasalahan tersebut dapat mengarah kepada objek yang akan diteliti diantaranya adalah mengenai Literasi Keuangan (Pengetahuan tentang pengolahan keuangan Mahasiswa), Gaya hidup (Pemenuhan gaya hidup untuk mendapatkan kelas sosial) dan Perilaku Konsumtif (Menghabiskan uang saku secara impulsive dan tidak terarah)

Fenomena atau permasalahan yang terjadi dapat dilihat dari hasil prasurvey yang peneliti lakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:



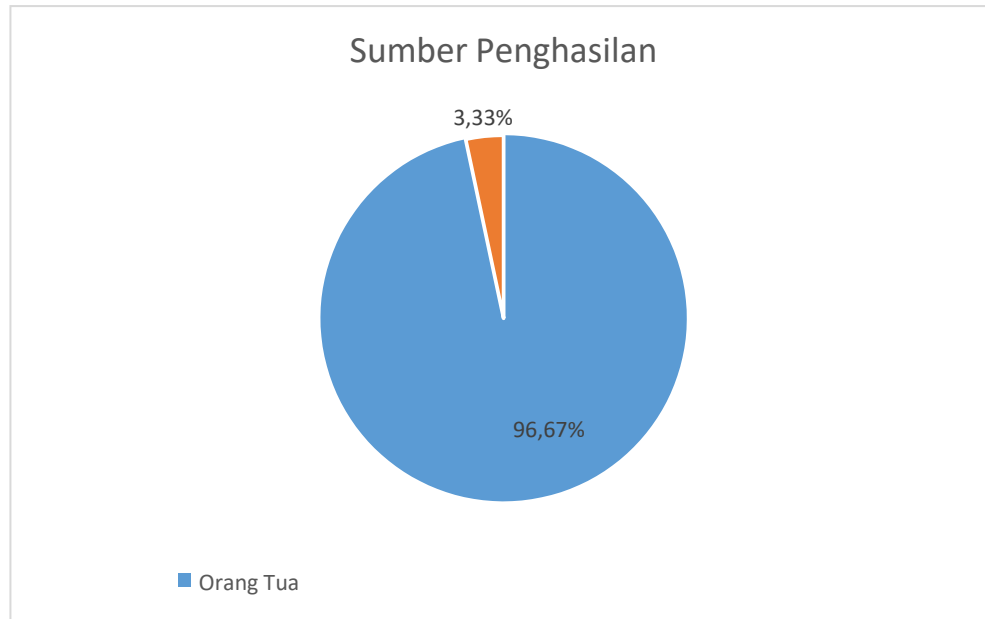
**Gambar 1.1 Hasil Kuesioner 2023**

Berdasarkan hasil grafik observasi awal diatas yang diisi sebanyak 30 responden Mahasiswa Manajemen UMSU stambuk 2019 dengan usia 21 tahun sebanyak 46,67% dan 22 tahun sebanyak 53,33 % merupakan pengguna *PayLater* dimana syarat khusus pengisian kuesioner adalah pengguna *PayLater*.



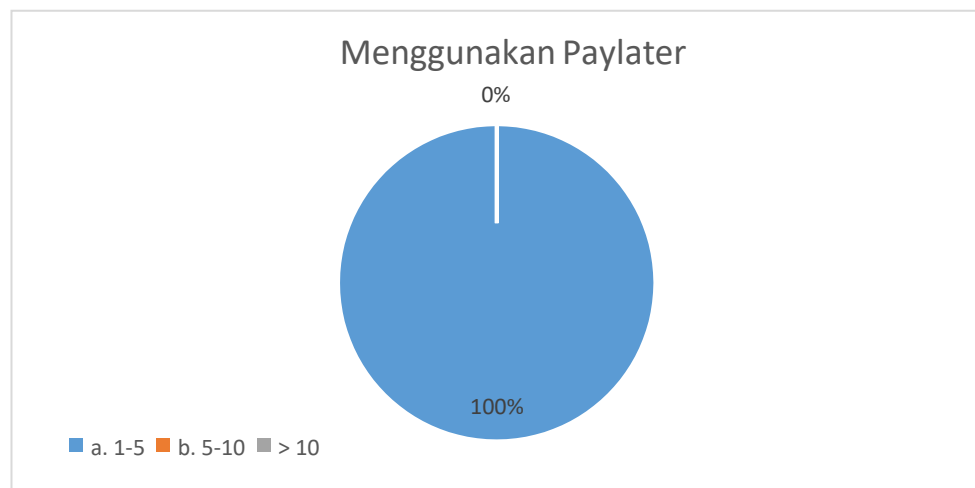
**Gambar 1.2 Hasil Kuesioner 2023**

Hasil observasi awal ini menunjukkan dari 30 responden sebanyak 66,67% adalah perempuan dan 33,33 % adalah laki-laki.



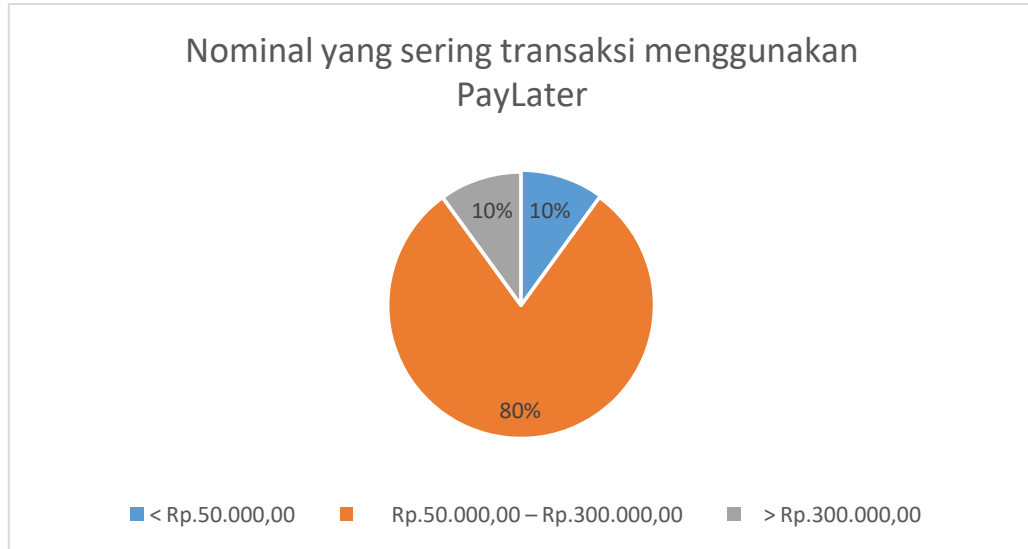
**Gambar 1.3 Hasil Kuesioner 2023**

Dari hasil di atas dapat kita lihat bahwa pengguna *PayLater* yang mengisi observasi awal ini memiliki pendapat dari orang tua sebesar 96,67 % dan hanya 3,33% saja yang memperoleh penghasilan dari bekerja secara mandiri.



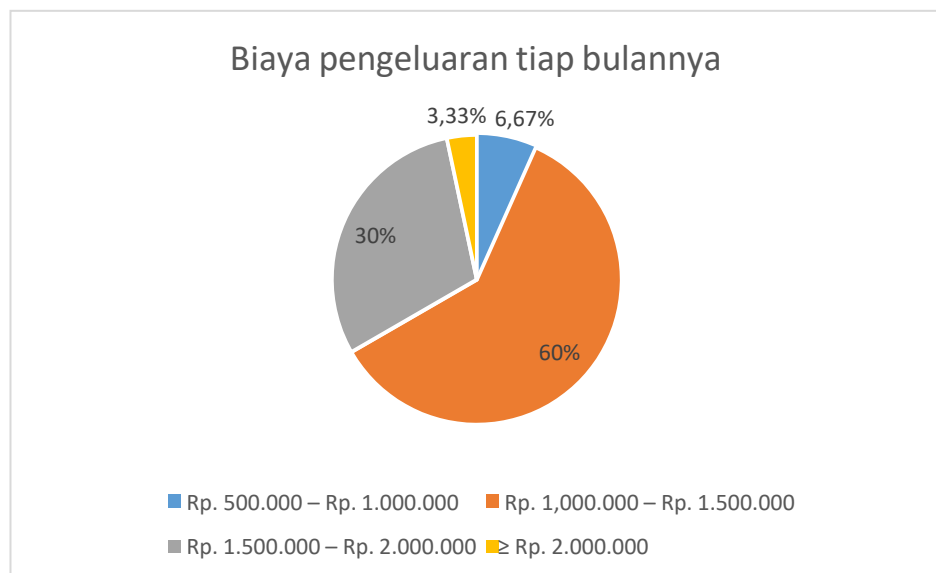
**Gambar 1.4 Hasil Kuesioner 2023**

Responden pada penelitian ini 100 % pengguna awal *PayLater* dimana transaksi *PayLaternya* hanya 1-5 kali transaksi.



**Gambar 1.5 Hasil Kuesioner 2023**

Dari Hasil data diatas dapat kita lihat sebanyak 80% responden melakukan transaksi *PayLater* dengan range Rp.50.000,00 – Rp.300.000,00, kemudian 10% dengan transaksi Rp.50.000,00 dan 10 % lagi dengan transaksi lebih dari Rp.300.000,00



**Gambar 1.6 Hasil Kuesioner 2023**

Dari data di atas, dapat kita lihat Rata-rata biaya pengeluaran mahasiswa Manajemen Umsu stambuk 2019 sebanyak 60% memiliki pengeluaran sebesar

Rp.1.000.000-Rp.1.500.000, 30% dengan pengeluaran Rp.1.500.000-Rp.2.000.000, 6.67% dengan pengeluaran Rp.500.000-Rp.1.000.000 dan hanya 3,33% yang memiliki pengeluaran  $\geq$ Rp.2.000.000.



**Gambar 1.7 Hasil Kuesioner 2023**

Besar pendapatan Mahasiswa Manajemen Umsu Stambuk 2019 sebanyak 50% memiliki pendapatan Rp.1.000.000-Rp.1.500.000, 26,67% memiliki pendapatan lebih dari Rp.2.000.000, dan 23,33% sebesar Rp.1.500.000-Rp.2.000.000.

Dari data diatas dapat kita lihat perbandingan antara pendapatan dan pengeluaran mahasiswa yang bisa dianggap kurang relevan dikarenakan nilai pengeluaran yang besar sedangkan pendapatan kurang memadai sehingga dapat menjadi faktor penggunaan *PayLater*.

Menurut (Zuhriyah, 2020) Berbelanja menjadi pelampiasan yang akhirnya menjadikan mahasiswi generasi yang konsumtif. Fenomena tersebut sangat erat kaitannya dengan lingkungan kampus bahwa terdapat keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi sehingga mampu menyesuaikan diri di lingkungannya.

Keadaan tersebut terjadi karena mereka merupakan individu yang paling mudah terpengaruh oleh perubahan serta berada pada tahap pencarian jati diri dan memiliki keinginan untuk mencoba-coba hal baru.

Mengenali kebiasaan berbelanja sangat kompleks seperti; pertama, cenderung bersifat *sophisticated* yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang. Kedua, terbuka dengan hadirnya teknologi. Ketiga, merasa bebas atas apa yang diinginkan terhadap kebutuhan, dari kebiasaan tersebut. Informasi produk melalui media sosial sudah menjadi konsentrasi individu saat sedang melakukan berselancar beranda media sosialnya, informasi suatu merek sampai penawaran harga menjadi tradisi bagi individu sebelum melakukan pembelian secara bertahap (Hardhika & Huda, 2021)

Dalam hal tersebut, literasi keuangan sebagai keahlian yang dimiliki oleh individu dengan kemampuannya untuk mengelola pendapatannya agar tercapai peningkatan kesejahteraan finansial. (Brigham, 2018)

Menurut (Gunawan et al., 2021) Gaya hidup adalah tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki.

Perilaku konsumtif adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses dimana kita menyeleksi, menggunakan dan membuang produk, layanan, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak dari proses tersebut pada konsumen dan masyarakat. (Dwiastuti et al., 2012).

Berdasarkan fenomena penggunaan *PayLater* yang semakin ramai dikalangan generasi muda khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dalam penggunaan *PayLater*, maka dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel Literasi keuangan, Gaya hidup, dan Perilaku konsumtif sebagai faktor yang dianggap mampu mempengaruhi penggunaan *PayLater* pada mahasiswa, dengan judul penelitian **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap penggunaan *PayLater*”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, berikut merupakan identifikasi masalah yang ditemukan dalam penelitian ini:

- 1) Minimnya pengetahuan mahasiswa terhadap risiko penggunaan *PayLater*
- 2) Tingginya tuntutan gaya hidup sehingga menyebabkan mahasiswa menggunakan *PayLater* sebagai solusi dalam pemenuhan keinginan.
- 3) Minimnya literasi keuangan mahasiswa menyebabkan mahasiswa kurang bijak menggunakan *PayLater*.
- 4) Perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggi mendorong mereka menggunakan *PayLater*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dilakukan untuk memperjelas penelitian ini agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang diangkat

dalam penelitian ini, berdasarkan identifikasi masalah di atas, berikut merupakan batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Penelitian ini hanya membahas mengenai faktor yang mempengaruhi penggunaan *PayLater*.
- 2) Variabel yang digunakan dalam mengukur keputusan menggunakan *PayLater* dalam penelitian ini adalah; literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif.
- 3) Subjek yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) prodi Manajemen Keuangan Stambuk 2019.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka adapun rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- 1) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019?
- 2) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019?
- 3) Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019?
- 4) Apakah literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019?



### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan *PayLater* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UMSU Stambuk 2019.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat menerapkan pengalaman dan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan khususnya mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan sistem *PayLater*.
- 2) Bagi mahasiswa, diharapkan agar lebih meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan dengan benar
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang akan datang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 *PayLater***

###### **2.1.1.1 Pengertian *PayLater***

*PayLater* adalah fasilitas keuangan yang memungkinkan metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit. Fitur *PayLater* adalah salah satu tren yang diminati milenial belakangan ini. Beberapa perusahaan aplikasi besar gencar mempromosikan fitur ini di platformnya yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit dengan manfaat serupa (Aria, 2019). Fasilitas “beli sekarang, bayar belakangan” pun dapat dipakai untuk travelling, pembelian makanan, transportasi hari-hari hingga banyak produk konsumsi lainnya.

*PayLater* yang biasanya ada di situs-situs ecommerce, tidak perlu menggunakan kartu dalam bentuk fisik (Aristanti, 2020). Ditambah lagi, proses pendaftarannya yang sangat singkat dan kilat. Selain itu, penggunaannya juga sangat mudah dan praktis, kamu bisa memanfaatkannya kapan pun dan di mana pun. *PayLater* adalah metode pembayaran seperti kartu kredit di mana perusahaan aplikasi menalangi dulu pembayaran tagihan pengguna di merchant setelahnya pengguna membayar tagihan tersebut kepada perusahaan aplikasi. Untuk bisa menggunakan layanan ini pengguna akan diminta memberikan data pribadi, foto diri dan foto KTP. Selain itu, kamu juga harus mengisi informasi data pribadi pada formulir yang disediakan secara online (Aristanti, 2020).

### 2.1.1.2 Keuntungan *PayLater*

Keuntungan Penggunaan *PayLater* Menurut Aristanti (Aristanti, 2020), ada beberapa Keuntungan dari *PayLater* yang dijadikan alternatif metode pembayaran yang sangat digemari kaum milenial, di samping kemudahan dan kepraktisannya sebagai berikut:

1. Prosesnya Cepat dan Lebih Praktis Metode pembayaran „beli sekarang, bayar nanti“ sangat praktis digunakan, terutama ketika ada kebutuhan mendesak. Misalnya, seperti saat tanggal tua, kita membutuhkan biaya transportasi dan biaya makan harian. Atau, kebutuhan lainnya yang timbul di saat belum gajian. Selain itu, fitur ini juga bisa dijadikan alternatif transaksi untuk mendapatkan dana pinjaman lebih cepat ketika membutuhkan dana tambahan untuk kebutuhan lainnya. Fitur ini menawarkan syarat yang ringan bagi yang ingin mendaftar. Proses pengaktifannya juga cenderung lebih cepat dan mudah bila dibandingkan dengan pengajuan kartu kredit pada bank konvensional atau mungkin bank syariah.
2. Tenor Bervariasi (Ada yang Hingga 1 Tahun) Pilihan tenor atau jangka waktu pembayaran juga bisa disesuaikan dengan keinginan dan kemampuan konsumen (pembeli). Adapun variasi tenor *PayLater* di berbagai e-commerce maupun e-wallet yaitu mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan. Semakin singkat tenor yang dipilih, maka mungkin semakin kecil bunganya. Bahkan untuk beberapa e-commerce hanya mengenakan bunga 1% bagi yang memilih tenor 1 bulan.

3. Banyak Promo Menarik Semakin maraknya perkembangan fitur *PayLater*, semakin banyak perusahaan yang memberikan promo-promo menarik bagi pengguna yang menggunakan fitur saat berbelanja. Sehingga, keberadaan promo ini juga menjadi salah satu alasan mengapa banyak orang yang tergiur menggunakan metode pembayaran ini.

#### 2.1.1.3 Resiko *PayLater*

Kemudahan demi kemudahan dimunculkan oleh platform jual beli atau virtual money untuk memanjakan penggunaannya (Ramadhani, 2020). Dengan kemudahan ini mereka berharap agar para pelanggan atau cu

stomer semakin setia dan memiliki keterikatan. Salah satu kemudahan itu adalah fitur *PayLater*. *PayLater* adalah sistem pembayaran yang mirip dengan kartu kredit. Ada limit pemakaian maksimal dan jatuh tempo pembayaran. Umumnya sistem *PayLater* bisa dibayar sekali atau beberapa kali dengan tambahan bunga.

*PayLater* adalah salah satu metode pembayaran yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan digital dan start-up dengan tujuan memudahkan penggunanya dalam memenuhi segala kebutuhan hidup. Sederhananya, dengan menggunakan *PayLater*, kamu bisa “beli sekarang dan membayarnya nanti“. Konsepnya persis seperti kartu kredit, di mana perusahaan digital tersebut menalangi dulu pembedaan kamu di awal saat kamu membeli suatu produk, baru setelahnya kita dapat membayar tagihannya sesuai dengan jatuh tempo di bulan berikutnya dan jangka waktunya juga disesuaikan dengan tenor yang dipilih.

Munculnya *PayLater* memang memberikan kemudahan. Namun, bisa membuat kita menjadi “ketagihan” dan selalu menggunakannya. Menurut

(Ramadhani, 2020), kita perlu memerhatikan beberapa hal ini sebelum menggunakannya, sebagai berikut:

1. Ada Biaya Tambahan dan Bunga *PayLater* bukan membantu Anda untuk membeli barang dengan mudah. Namun, meminta kita untuk membeli barang dan membebankan bunga serta biaya tambahan. Kalau pun sebenarnya kita punya uang yang cukup, karena ada iming-iming akhirnya memilih membeli dulu dan membayar nanti. Kelebihan *PayLater* hanya durasi pelunasannya yang panjang.
2. Jiwa Konsumtif Semakin Meningkat Terkadang, sekali kita menggunakan fitur *PayLater* dan berhasil, jiwa konsumtif semakin naik. Apalagi kita tidak perlu melakukan transfer via Bank dan langsung otomatis terpotong dari limit yang diberikan. Kalau kita menggunakan fitur *PayLater* berkali-kali, kemungkinan besar limit maksimal untuk belanja akan naik, apalagi tidak pernah telat membayar tagihan. Kenaikan limit ini semakin membuat jiwa konsumtif sulit ditahan. Akhirnya kebiasaan untuk membeli banyak hal tidak bisa dihindarkan.
3. Membebani Keuangan Bulanan dan pengelolaan keuangan Berantakan Mungkin *PayLater* bias menjadi alternative, jika pemasukan yang dimiliki banyak dan tidak menggunakan kartu kredit. Namun, kalau pemasukan tetap sama sementara pengeluaran bulanan lebih banyak karena cicilan, kita akan mengalami gangguan dengan keuangan. Kalau kita terus berbelanja, biaya ini akan semakin besar dan akhirnya membebani keuangan. Kalau berbelanja menjadi salah satu hal yang menyebabkan

catatan keuangan berantakan, termasuk daftar laporan keuangan yang telah direncanakan sebelumnya.

4. Menggunakan Lebih dari Satu *PayLater* Sekali mendapatkan kemudahan, peluang untuk mencari kemudahan lain akan besar. Meski tidak semua orang begini, tapi ada yang tergoda untuk menggunakan *PayLater* yang lain. Apalagi kalau limitnya di satu platform sudah habis. Tentu butuh yang lain untuk membeli sesuatu. Kalau ada banyak akun *PayLater* dipakai untuk membeli.

#### 2.1.1.4 Faktor *PayLater*

Hal-hal yang menjadi faktor *PayLater* Menurut Kredivo dalam Rahardyan (2022) ada tiga faktor utama yang mendorong pertumbuhan industri *PayLater* di Indonesia, yaitu:

1. Kesenjangan Akses Kredit di Indonesia yang masih tinggi versus percepatan adopsi digital.

Menurut data Bank Indonesia, jumlah kartu kredit di Indonesia mencapai 16,5 juta pada September 2021, atau mengalami penurunan 6% dari jumlah tertinggi 17,5 juta di bulan Februari 2019. Secara keseluruhan, penetrasi kartu kredit di Indonesia hanya mencapai 6% dari total populasinya.

Hal tersebut membawa peluang komersial tinggi bagi *digital payment* termasuk *PayLater*, terlebih dengan percepatan adopsi digital yang terus meningkat signifikan karena pandemi. Bahkan, kartu kredit merupakan metode pembayaran yang paling sedikit diminati oleh konsumen saat bertransaksi di *e-commerce*, yaitu kurang dari 5%.

2. *PayLater* Dirancang untuk Memberi Nilai Tambah bagi *Merchant*, karena bisa meningkatkan sisi transaksi dan memperluas jangkauan pasar.

*PayLater* dirancang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan dari sisi konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah para *merchant* dari sisi transaksi dan jangkauan pasar. Melalui integrasi dengan *PayLater*, para *merchant* Kredivo, baik *online* maupun *offline* mampu mengalami peningkatan transaksi, dengan setidaknya mendorong 3% hingga 4% dari GMV *merchant e-commerce* teratas.

Selain itu, dari sisi *Cart Conversion Rate* atau persentase pembelian berdasarkan jumlah barang yang disimpan oleh pelanggan di keranjang belanja, memungkinkan *merchant* yang telah melakukan integrasi dengan *PayLater* memiliki *Cart Conversion Rate* 50% lebih tinggi selama *checkout*.

3. Pengalaman *Seamless* bagi Konsumen lewat teknologi yang memungkinkan konsumen mendapat persetujuan secara instan.

Kemampuan teknologi *PayLater* memungkinkan konsumen mendapat persetujuan secara instan, sehingga konsumen akan lebih nyaman dan bertransaksi 2-3x lebih sering. Inovasi teknologi industri ini mampu menghadirkan sistem skor kredit secara cepat dan kemampuan manajemen risiko yang terjamin. Bahkan, Kredivo telah memiliki matriks risiko setara dengan bank, dengan tetap menerapkan prinsip *responsible lending* bagi konsumen, yaitu memberikan kredit sesuai kebutuhan konsumen tersebut. (Rahardyan, 2022).

#### 2.1.1.5 Indikator *PayLater*

Ada 6 hal yang menjadi indikator dalam penggunaan *PayLater*, yaitu:

1. Bayar nanti

*PayLater* memberikan kesempatan kepada setiap penggunanya untuk membeli barang yang dibutuhkan dan dibayar dikemudian hari pada tenggat waktu yang di tentukan dan dengan jangka waktu cicilan yang telah di tentukan.

2. Kepuasan.

Rasa puas terhadap *PayLater* karena komponen dan sistem secara menyeluruh dan ketepatan sistem dalam menerima input hingga mengeluarkan input sehingga pengeluaran lebih terperinci

3. Kemudahan.

Rasa puas terhadap *PayLater* karena langkah-langkah pengajuan kredit dan penggunaannya mudah untuk dimengerti dan dilakukan.

4. Jaminan keamanan.

*PayLater* sudah dalam pengawasan OJK sehingga pengguna memiliki jaminan keamanan di setiap transaksinya.

5. Cashback.

*PayLater* memberikan banyak promo menarik bagi penggunanya baik itu berupa potongan harga maupun cashback apabila membeli produk menggunakan sistem pembayaran *PayLater*.

6. Kecepatan.

Dengan adanya *PayLater* pengguna dapat menggunakan *PayLater* untuk mempercepat transaksi sehingga menghemat waktu dan lebih efisien.



## **2.1.2 Literasi Keuangan**

### **2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan**

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, ketrampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi Keuangan mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, mendiskusikan uang dan masalah keuangan tanpa ketidaknyamanan, merencanakan masa depan, dan menanggapi secara kompeten peristiwa kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam perekonomian. (Gunawan & Chairani, 2019)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan

Menurut Lusardi & Mitchell (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, 2018) 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.

### 2.1.2.2 Tujuan Literasi Keuangan

Literasi Keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat. Dalam buku Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) adapun tujuan Literasi Keuangan yaitu:

1. Meningkatkan Literasi Keuangan seseorang yang sebelumnya less literate atau not literate menjadi well literate; dan
2. Meningkatkan jumlah penggunaan produk dan jasa keuangan.

Sedangkan menurut Ismanto (2019) tujuan Literasi Keuangan adalah:

1. Meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan pribadi,
2. Dan perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, pada intinya literasi keuangan penting untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan dan pengetahuan keuangan individu.

### 2.1.2.3 Faktor 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 (Rogers, 2016) 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.

Sedangkan menurut (Nurhab, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan adalah:

1. Tingkat pendidikan
2. Jenis pekerjaan
3. Uang saku bulanan mahasiswa.

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan individu sangat berperan penting untuk kemampuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan pribadi atau individu

#### 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 & Sadalia, 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 (manajemen 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, 1998 dalam (Denziana, 2020) 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**

Pengertian Gaya Hidup Menurut (Gunawan et al., 2021) adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya.

Sedangkan Menurut (Surmawan et al., 2018) Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Dari definisi tersebut maka dapat dikatakan bahwa gaya hidup adalah tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang

mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambanglambang sosial yang mereka miliki.

#### 2.1.3.2 Tujuan Gaya Hidup

Gaya hidup yang berkembang pada lingkungan mahasiswa dapat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh mahasiswa itu sendiri. Gaya hidup juga memiliki berbagai manfaat untuk seseorang.

Menurut (Cleopatra, 2015) Gaya hidup memiliki tujuan untuk kemudian dapat membentuk citra diri yang dibanggakan bagi pengguna maupun partisipannya. Citra yang tampil melalui gaya hidup lebih sering bersinggungan dengan berbagai penampilan seseorang dan memiliki sifat yang dapat ditangkap dan dirasakan oleh indera. Citra yang timbul atas gaya hidup yang dipilih oleh seseorang berkaitan erat dengan nilai dan status sosial dari model gaya hidup yang digunakannya. (Ade Ervina Rinati, 2019)

Sama halnya menurut (Tambingon et al., 2016) Tujuan mempelajari ilmu tentang gaya hidup yaitu untuk: Menjadikan setiap individu untuk mengetahui seperti apa kita menggambarkan diri sendiri serta mengetahui cara pengendalian diri dari karakteristik setiap individu.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada intinya tujuan gaya hidup adalah untuk mengetahui gambaran pribadi dan membentuk citra diri.

#### 2.1.3.3 Faktor Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu sikap dan perilaku yang ditampilkan oleh individu. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup sangat banyak, namun secara umum Menurut

(Sumardjo, M., & Priansa, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang terdiri dari dua faktor yaitu:

1. Faktor Internal Konsumen Itu Sendiri Faktor internal konsumen itu sendiri terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.
  - a. Sikap Sikap merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir konsumen untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya. Kondisi tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, serta lingkungan sosialnya.
  - b. Pengalaman dan Pengamatan Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling erat terkait. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tingkah laku dan perbuatan konsumen di masa lampau serta dapat dipelajari melalui interaksi dengan orang lain yang selanjutnya menghasilkan pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial tersebut dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
  - c. Kepribadian-kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu konsumen dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
  - d. Konsep diri konsep diri erat kaitannya dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Bagaimana konsumen secara individu memandang tentang dirinya akan sangat mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek.

Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.

- e. Motif perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang menyertainya. Konsumen membutuhkan dan menginginkan untuk merasa aman serta memiliki prestise tertentu. Jika motif konsumen terhadap kebutuhan akan prestise lebih besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
  - f. Persepsi-persepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambar tertentu atas informasi tersebut.
2. Faktor Eksternal Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup konsumen terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Masingmasing diuraikan sebagai berikut:
- a. Kelompok Referensi Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana konsumen tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana konsumen tidak menjadi anggota di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu.



- b. Keluarga Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.
- c. Kelas Sosial Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana para anggota dalam setiap jenjang tersebut 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.
- d. Kebudayaan Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh konsumen sebagai individu yang merupakan bagian dari anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikits merasakan dan bertindak.

Sementara itu menurut (Pulungan & Febriaty, 2018) Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup bisa dibagi menjadi dua yaitu:

1. Secara demografis (Tingkat Pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin)
2. Secara Psikografis (Karakteristik Konsumen).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas bahwa sebagian besar factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif berasal dari pelaku, lingkungan hidup, demografis dan psikografis nya.

#### 2.1.3.4 Indikator Gaya Hidup

Hal-hal yang menjadi Indikator Gaya Hidup Menurut (Reinhard, 2017), para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variable-variabel AIO, yaitu aktifitas, interest/minat, dan opini. (Susanto, 2013) mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal:

- a. Aktivitas, Suatu cara seseorang menghabiskan waktu dan uangnya untuk pekerjaan yang dia sukai atau hobi yang sering dilakukan, kita dapat mengidentifikasi kepribadian seseorang dari pola kegiatan yang dia lakukan. Jika dia adalah orang yang suka bekerja keras dan suka bermain berbagai macam olah raga diluar rumah maka kita bisa mengklasifikasikannya sebagai seseorang yang aktif dan suka berkomunikasi dengan orang lain namun jika dia adalah operator komputer dan suka olah raga di dalam ruangan (Indoor) maka dia bisa diprediksi sebagai seseorang yang lebih suka berada di rumah dan menghabiskan waktu untuk diri sendiri.
- b. Minat, Sesuatu yang membuat seseorang tertarik, seseorang bisa saja tertarik pada makanan, teknologi, barang, fashion atau rekreasi.

Pengetahuan akan minat konsumen juga akan membantu pemasar untuk dapat mengkomunikasikan dengan tepat apa nilai dari produknya yang sesuai untuk mendapatkan respon positif dari pembeli potensialnya. Jika anda mempunyai konsumen yang sangat tertarik dengan teknologi, maka kurang efektif jika anda menawarkan sebuah rencana liburan buat dia.

- c. Pandangan, seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain Pendapat-pendapat yang diucapkan oleh seseorang akan membantu kita untuk mengetahui orang macam apa dia, dan apa yang dia butuhkan untuk memperkuat karakternya.
- d. Karakter-karakter dasar, Karakter seperti tahap yang dilalui seseorang dalam kehidupan (life cycle), penghasilan, pendidikan, dan dimana mereka tinggal. Faktor-faktor ini juga mempengaruhi sikap seseorang dan pola pikirnya akan produk yang mereka konsumsi sehari-hari.

#### **2.1.4 Perilaku Konsumtif**

##### **2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah proses yang dilalui oleh seseorang/organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut (Schiffman, L., & Kanuk, 2015) Perilaku konsumtif adalah ketika konsumen membeli suatu barang, mereka akan dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat pribadi atau subjektif seperti harga diri, perasaan, dan status sosialnya. Konsumen yang dipengaruhi oleh motif-motif emosional cenderung tidak akan mempertimbangkan apakah barang yang akan dibelinya sesuai dengan dirinya, sesuai dengan

kebutuhannya, sesuai dengan kemampuannya, dan apakah barang yang hendak dibelinya sesuai dengan standar atau kualitas. Hal inilah yang mendorong individu untuk berperilaku konsumtif.

Kemudian, (Dwiastuti et al., 2012) berpendapat bahwa Perilaku konsumtif adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses dimana kita menyeleksi, menggunakan dan membuang produk, layanan, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak dari proses tersebut pada konsumen dan masyarakat. Dari pendapat menurut para ahli dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang lebih cenderung mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

Menurut (Anugrahati, 2014) Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistic, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksi untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

#### 2.1.4.2 Manfaat Mempelajari Ilmu Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak hanya berdampak negatif bagi pelakunya, namun dapat memberikan dampak yang positif juga. Mempelajari ilmu perilaku

konsumen akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupannya sehari-hari. Berikut Menurut (Dwiastuti et al., 2012) manfaat dari mempelajari ilmu perilaku konsumtif adalah:

1. Dalam mengkaji ilmu perilaku konsumtif, akan dapat mendalami dan berhasil apabila dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan, kekuatan faktor sosial budaya dan prinsip-prinsip ekonomis serta strategi pemasaran.
2. Membantu dalam pembuatan keputusan pembelian yang lebih baik.

#### 2.1.4.3 Faktor Perilaku Konsumtif

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

Menurut (Mangkunegara, 2013) dalam (Fardhani & Izzati, 2013) 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 sosial.

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

3. Faktor kelompok anutan

Kelompok anutan didefenisikan 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 didefenisikan 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 prilakunya.

7. Faktor sikap dan keyakinan

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

8. Konsep diri

Konsep diri didefenisikan 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 prilaku konsumen, gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang.

#### 2.1.4.4 Indikator Perilaku Konsumtif

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

Menurut (Engel et al, 2015) dalam mengatakan bahwa perilaku konsumtif terdiri dari beberapa indikator, yakni sebagai berikut:

- a. Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) indikator ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja semata-mata hanya didasari oleh keinginan sesaat atau hasrat yang tiba-tiba. Individu tidak memikirkan serta tidak mempertimbangkan terlebih dahulu apa yang akan terjadi di kemudian hari dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pembelian Tidak Rasional (Non-Rational Buying) indikator ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja bukan berdasarkan kebutuhan (needs), tetapi karena perasaan gengsi atau tren terkini. Individu ingin dikesankan atau dikenal sebagai orang yang modern.
- c. Pemborosan (Wasteful Buying) indikator ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja tidak didasari oleh kebutuhan yang jelas dan cenderung hanya menghambur-hamburkan uang.

Sedangkan menurut (Sumartono, 2012), indikator perilaku konsumtif adalah:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah Individu membeli suatu karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik Suatu barang yang dikemas dengan rapih dan dihias dengan warnawarna yang menarik membuat individu

termotivasi untuk membeli barang tersebut hanya karena kemasannya rapi dan menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi Individu membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri, karena individu memiliki keinginan membeli yang tinggi untuk selalu terlihat menarik dan berbeda bagi orang lain.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) Individu cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah untuk menandakan adanya kehidupan yang mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status Suatu produk dapat memberikan simbol status sifat eksklusif kepada penggunanya dengan barang yang mahal dan hal tersebut memberikan kesan bahwa individu tersebut berasal dari kelas sosial yang tinggi.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk penggunaan segala sesuatu yang digunakan oleh tokoh idolanya, sehingga individu cenderung memakai dan mencoba produk yang dipakai dan diiklankan oleh tokoh idolanya tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya dengan iklan bahwa produk tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri

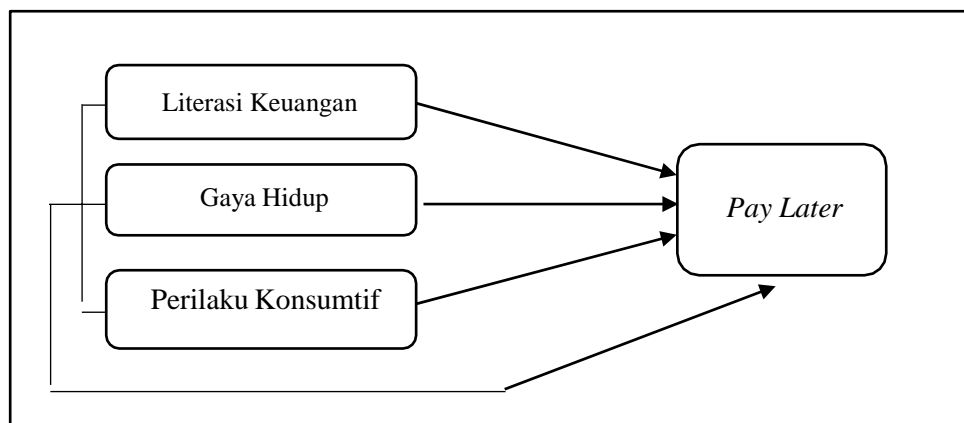


- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) Individu cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

## 2.2 Kerangka Konseptual

Pengertian Kerangka Konseptual Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa: “Kerangka Konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting.

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**



Sumber: Data diolah 2023

### 1. Pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *PayLater*

Menurut penelitian (Destianata & Lutfi, 2019) Literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pola penggunaan kartu kredit. Dalam penelitian (Sufyati HS & Alvi Lestari, 2022) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *PayLater* dengan arah hubungan negative. Sedangkan dalam penelitian, (Pulungan & Febriaty, 2018), (Jufrizen, J., Mukmin, P., & Ayla, 2021), (Ardila, I., Febriaty, H., & Astuti, 2021) (Cleopatra, 2015), (Gunawan et al., 2021), (Gunawan, A., & Chairani, 2019),

(Putri & Mulatsih, 2021) Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (*PayLater*) pada Shopee, kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (*PayLater*) pada Shopee, risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech payment (*PayLater*) pada Shopee.

## 2. Pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *PayLater*

Gaya hidup seseorang dapat dengan cepat berubah atau tidak permanen karena tergantung pada keinginan individu atau perkembangan zaman (Pulungan & Febriaty, 2018). Dengan mengikuti perkembangan zaman seseorang mampu memiliki pola gaya hidup aktivitas lebih modern yang berbeda dengan sebelumnya seperti halnya pada penggunaan inovasi teknologi pembayaran *PayLater* saat ini. Dalam penelitian (Nurfikri & Jahrizal, 2019) menyatakan jika gaya hidup berpengaruh positif terhadap sikap dan keputusan penggunaan kartu kredit, juga dalam penelitian, (Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, 2018). (Putri & Iriani, 2020) ditemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan pada penggunaan kartu kredit sehingga semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula niat menggunakan kartu kredit.

## 3. Pengaruh perilaku konsumtif terhadap penggunaan *PayLater*

Dalam sebuah penelitian ditemukan jika penggunaan inovasi teknologi pembayaran dapat membuat seseorang melakukan konsumsi yang berlebihan untuk mencapai kepuasan dan kenyamanan sehingga menimbulkan perilaku konsumtif (Miranda, 2017). juga dalam penelitian (Insana & Johan, 2021) menunjukkan jika penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil temuan lain dari penelitian

Nustini & Fadhillah (2020) menyatakan jika penggunaan e-Banking memiliki pengaruh positif terhadap *consumptivism*.

#### 4. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan *PayLater*

Menurut penelitian (Sufyati HS & Alvi Lestari, 2022) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *PayLater* dengan arah hubungan negative. Dalam penelitian Nurfikri & Jahrizal (Nurfikri & Jahrizal, 2019) menyatakan jika gaya hidup berpengaruh positif terhadap sikap dan keputusan penggunaan kartu kredit, juga dalam penelitian, (Sari, M., Gunawan, A., & Pirari, 2020), (Insana & Johan, 2021) menunjukkan jika penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu dari masing masing variable yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif dan negative terhadap kartu kredit maupun fintech payment(*PayLater*).

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Pengertian Hipotesis Penelitian Menurut (Sugiyono, 2017) adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis maka dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Berikut merupakan hipotesis awal yang ditemukan dalam penelitian ini :

1. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dan penggunaan *PayLater* Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Stambuk 2019

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Gaya hidup dan penggunaan *PayLater* Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara perilaku konsumtif dan penggunaan *PayLater* Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan Gaya hidup, dan karakteristik ekonomi secara simultan terhadap penggunaan *PayLater* Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Sedangkan sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017).

#### **3.2 Defenisi Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Variabel Dependend**

Pengertian Variabel dependend Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

*PayLater* adalah salah satu tren yang diminati milenial belakangan ini. Beberapa perusahaan aplikasi besar gencar mempromosikan fitur ini di platformnya yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit dengan manfaat serupa (Aria, 2019).

Ada 6 hal yang menjadi indikator dalam penggunaan *PayLater*, yaitu:

1. Bayar nanti
2. Kepuasan.

3. Kemudahan.
4. Jaminan keamanan.
5. Cashback.
6. Kecepatan.

### **3.2.2 Variabel Independen**

Pengertian Variabel Independen Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.. Adapun variable independen yang digunakan dalam penelitian ini : Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup ( X2), dan Perilaku Konsumtif (X3).

#### **1. Literasi Keuangan (X1)**

Pengertian Literasi Keuangan Menurut Otoritas Jasa Keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan

Menurut (Denziana, 2020) membagi literasi keuangan menjadi 4 indikator dalam pemahaman terhadap pengelolaan keuangan pribadi yang meliputi :

1. General Personal Finance,
  2. Saving and borrowing,
  3. Insurance,
  4. Invesment,
- #### **2. Gaya Hidup (X2)**

Pengertian Gaya Hidup Menurut (Gunawan et al., 2021) menyatakan bahwa Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan,

minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya.

(Plumer, 1974) mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam hal:

1. aktifitas,
  2. minat,
  3. pandangan,
  4. karakter-karakter dasar.
3. Perilaku Konsumtif (X3)

Perilaku konsumtif adalah proses yang dilalui oleh seseorang/organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut (Schiffman, 2010).

(Engel et al., 2012) dalam mengatakan bahwa perilaku konsumtif terdiri dari beberapa indikator, yakni sebagai berikut:

1. Pembelian Impulsif (Impulsive Buying)
2. Pembelian Tidak Rasional (Non-Rational Buying)
3. Pemborosan (Wasteful Buying)

### **3.3 Tempat dan Waktu penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Medan. Dan waktu penelitian dimulai pada Desember 2021, dengan estimasi waktu penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Estimasi Waktu Penelitian**

| No | Kegiatan           | Tahun 2022-2023 |   |   |   |                |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |
|----|--------------------|-----------------|---|---|---|----------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|
|    |                    | Desmber 2021    |   |   |   | September 2022 |   |   |   | April 2023 |   |   |   | Mei 2023 |   |   |   |
|    |                    | 1               | 2 | 3 | 4 | 1              | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Pra Riset          | ■               | ■ |   |   |                |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |
| 2  | Pengajuan judul    |                 |   | ■ |   |                |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   |   |
| 3  | Pembuatan          |                 |   |   | ■ | ■              | ■ | ■ |   |            |   |   |   |          |   |   |   |
| 4  | Seminar            |                 |   |   |   |                |   |   | ■ |            |   |   |   |          |   |   |   |
| 5  | Revisi             |                 |   |   |   |                |   |   | ■ | ■          | ■ | ■ |   |          |   |   |   |
| 6  | Riset              |                 |   |   |   |                |   |   |   |            |   | ■ | ■ |          |   |   |   |
| 7  | Pengumpulan data   |                 |   |   |   |                |   |   |   |            |   | ■ | ■ |          |   |   |   |
| 8  | Pengolahan data    |                 |   |   |   |                |   |   |   |            |   | ■ | ■ | ■        | ■ | ■ |   |
| 9  | Penyusunan Skripsi |                 |   |   |   |                |   |   |   |            |   | ■ | ■ | ■        | ■ | ■ |   |
| 10 | Sidang meja hijau  |                 |   |   |   |                |   |   |   |            |   |   |   |          |   |   | ■ |

**Sumber: Data diolah 2023**

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.4.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

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

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi danbisnis jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2019 sebanyak 618 orang mahasiswa.



### 3.4.2 Sampel

Pengertian Sampel Menurut (Sugiyono, 2018) 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. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2017). Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *snowball* dan *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017) dengan menggunakan metode *snowball*. *Snowball* adalah teknik pengambilan sumber data yang awalnya sedikit seiring proses pengambilan data menjadi lebih besar (Sugiyono, 2017) dan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017), dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Sambilan 2019
2. Memiliki akun *PayLater* pada e-commerce di Indonesia.
3. Memiliki pendapatan perbulan  $\geq$  Rp.1.500.000
4. Pernah melakukan transaksi menggunakan *PayLater*

Dalam penelitian ini yang termasuk sebagai populasi adalah pengguna yang pernah menggunakan teknologi *PayLater*, dan termasuk kedalam populasi tidak terhingga karena tidak diketahui secara pasti jumlah pengguna teknologi *PayLater* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuisioner. *Questionnaires, are form used in a survey design that participant in a study complete and return to the researcher (Creswell, 2012)*. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti (Cresswell, 2010).

Skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala likert dengan interval 1 - 4, Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) dalam kuisioner ini disediakan 4 (empat) alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk

umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya (Sugiyono, 2017).

#### 3.6.1.1 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan persamaan permodelan structural equation modeling (SEM). Permodelan SEM merupakan pengembangan lebih lanjut dari path analysis, pada metode SEM hubungan kausalitas antar variabel eksogen dan variabel endogen dapat ditentukan secara lebih lengkap, (Abdullah, 2015). Dengan menggunakan SEM tidak hanya hubungan kausalitas (langsung dan tidak langsung) pada variabel atau konstruk yang diamati bisa terdeteksi, tetapi juga komponen-komponen yang berkontribusi terhadap pembentukan konstruksi itu dapat ditentukan besarnya. Dengan demikian, hubungan kausalitas diantara variabel atau konstruk menjadi lebih informatif, lengkap, dan akurat.

#### 3.6.1.2 *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi Partial Least Square (PLS). PLS merupakan metode analisis yang powerfull karena tidak didasarkan atas banyak asumsi, (Abdullah, 2015). Keunggulan dari metode PLS ini adalah data tidak harus berdistribusi normal multivariat, ukuran sampel tidak harus besar, dan PLS tidak saja bisa digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data statistik inferensial. Statistik inferensial, (statistic induktif atau statistic probabilitas, adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk

populasi, (Sugiyono, 2017). Kemudian diukur dengan menggunakan software SmartPLS (Partial Least Square) mulai dari pengujian hipotesis.

### 3.6.1.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Outer model sering juga disebut (outer relation atau model measurement model) yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Blok dengan indikator refleksif dapat ditulis persamaannya sebagai berikut:

$$x = \Lambda_x \xi + s_x$$

$$y = \Lambda_y \eta + s_y$$

Dimana  $x$  dan  $y$  adalah indikator variabel untuk variabel laten exogen dan endogen dan, sedangkan  $\Lambda_x$  dan  $\Lambda_y$  merupakan matrix loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya. Residual yang diukur dengan  $s_x$  dan  $s_y$  dapat diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran.

Model pengukuran (outer model) digunakan untuk menilai validitas dan reabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur, (Sugiyono, 2017). Sedangkan uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuesioner atau instrument penelitian.

Penjelasan lebih lanjut model pengukuran (outer model) dengan menggunakan uji Convergent Validity, Discriminant Validity, dan Composite Reliability adalah sebagai berikut:

a. Convergent validity

Convergent validity dari measurement model dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh outer loading dimensi variabel memiliki nilai loading  $> 0,5$  (Abdullah, 2015). Rumus AVE (average varians extracted) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\sum_i^n = \frac{1\lambda_j}{n}$$

Keterangan :

AVE adalah rerata presentase skor varian yang diektrasi dari seperangkat variabel laten yang diestimasi melalui *loading standardlize* indikatornya dalam proses iterasi algoritma dalam PLS.

Melambangkan *standardlize loading factor* dan  $i$  adalah jumlah indikator.

Penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai loading factor 0,5-0,6 masih dianggap cukup (Chin, 1998). Selanjutnya (Ghozali, 2016) mengungkapkan validitas convergent berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (manifest variabel) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkolerasi tinggi.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity terjadi jika dua instrument yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkolerasi menghasilkan skor yang memang tidak berkolerasi (Jogiyanto, 2014). Discriminant validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan cross loading pengukuran 83 denga konstruk. Menurut (Ghozali, 2016), metode discriminant validity adalah dengan menguji validitas discriminant dengan indikator refleksif

yaitu dengan melihat nilai cross loading untuk setiap variabel harus  $>0,7$ . Cara lain yang dapat digunakan yaitu dengan membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik (Fornel dan Larcker 1981 dalam (Ghozali, 2016)).

#### c. Composit Reliability

Mengukur reabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composit Reliability. Namun menggunakan Cronbach's Alpha untuk mneguji reabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (under estimate) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan Composit Reliability. Uji reabilitas dapat dilihat dari nilai composite reliability. Composite reliability adalah nilai batas yang diterima untuk tingkat reabiliti komposisi (PC) adalah  $e'0,7$  (Ghozali, 2016).

Dengan menggunakan output yang dihasilkan SmartPLS maka composite reliability dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$pc = \frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \lambda i var(si)}$$

#### d. One Order Confirmatory Factor

Analisis Pada penelitian ini, model konstruk termasuk pada model satu jenjang (one order) di mana semua variabel menggunakan item. Dalam PLS, pengujian one order konstruk akan melalui satu jenjang yaitu analisis dilakukan dari konstruk laten ke item-item setiap variabelnya. Kemudian pada bootstrapping, nilai tabel path coefficient akan menunjukkan tingkat signifikan dari masing-masing indikator konstruk (dimensi) terhadap variabel latennya dengan ketentuan nilai t-statistik  $>1$ , (Ghozali, 2016).

### 3.6.1.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Inner model, yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (structural model), disebut juga dengan inner relation, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikatornya atau variabel manifest diskala zero means dan unit varian sama dengan satu, sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dari model (Ghozali, 2016).

Model persamaannya dapat ditulis seperti dibawah ini:

$$y_1 = \gamma_1\xi_1 + \gamma_2\xi_2 + \zeta_1$$

$$y_2 = Q_1y_1 + \gamma_3\xi_1 + \gamma_4\xi_2 + \zeta_2$$

Dimana  $\gamma_{jb}$ (dalam bentuk matriks dilambangkan dengan  $\Gamma$ ) adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (y)dengan eksogen ( $\xi$ ), sedangkan  $Q_{ji}$  (dalam matriks dilambangkan dengan Q)adalah koefisien jalur yang menghubungkan variabel laten endogen (y)dengan endogen (y); untuk range **i** dan **b**. Parameter  $\zeta_j$ Adalah variabel *inner residual*. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q- square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

#### a. R-Square (R<sup>2</sup>)

Dalam menilai struktural dimulai dengan melihat nilai R-squares untuk setiap nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R-squares (R<sup>2</sup>) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki

pengaruh yang substantif. Nilai R- 86 squares 0.75, 0.50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Hair et al. dalam Ghazali dan Latan (2015). Hasil dari PLS R-squares merepresentasikan jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali dan Latan, 2015). Semakin tinggi nilai R2 berarti semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

#### b. Q<sup>2</sup> Predictive Relevance

Disamping melihat besarnya R-square, evaluasi model PLS dapat juga dilakukan dengan Q<sup>2</sup> predictive relevance atau predictive sample reuse untuk merepresentasi sintesis dari cross-validation dan fungsi fitting dengan prediksi dari observed variabel dan estimasi dari parameter konstruk. Nilai Q<sup>2</sup> > 0 menunjukkan bahwa model mempunyai predictive relevance, sedangkan nilai Q<sup>2</sup> < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance (Ghozali dan Latan, 2015). Q<sup>2</sup> mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

#### c. Quality Index

Selanjutnya, PLS path modeling dapat mengidentifikasi kriteria global optimization untuk mengetahui goodness of fit dengan Gof index. Goodness of fit atau Gof index yang dikembangkan oleh Tenenhaus et al. (2004) digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural dan di samping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Kriteria nilai GoF adalah 0,10 (GoF small), 0,25 (GoF medium) dan 0,36 (GoF large) (Ghozali dan Latan, 2015: 82-83). Untuk menghitung GoF digunakan akar kuadrat nilai average communality index dan average R-Squares dengan rumus Tanenhaus (Ghozali, 2016) sebagai berikut:



$$GoF = \sqrt{Com \times R^2}$$

Keterangan:

GoF = Goodness of Fit

Com = Average communality index

R = Average R-Squares

#### d. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Dalam menilai signifikansi pengaruh antar variabel, perlu dilakukan prosedur bootstrapping. Prosedur bootstrap menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. (Hair Jr et al., 2016) menyarankan number of bootstrap samples sebesar 5.000 dengan catatan jumlah tersebut harus lebih besar dari original sampel. Namun beberapa literatur (Chin, 1998) menyarankan number of bootstrap samples sebesar 200-1000 sudah cukup untuk mengoreksi standar error estimate PLS (Ghozali, 2016). Dalam metode resampling bootstrap, nilai signifikansi yang digunakan (two-tailed) t-value 1,65 (significance level = 10%), 1,96 (significance level = 5% dan 2,58 (significance level = 1%).

#### d. Analisis SEM dengan efek mediasi

Pengujian efek mediasi dalam analisis menggunakan PLS menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh (Ghozali, 2016) dengan tahapan sebagai berikut:

1. Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dan harus signifikan pada t-statistik > 1,96.
2. Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan harus signifikan pada t-statistik > 1,96.
3. Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen.

Pada pengujian tahap akhir, jika pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen tidak signifikan sedangkan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen signifikan pada t-statistik  $> 1,96$ , maka variabel mediasi terbukti memediasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menjadikan pengeloaan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 38 pertanyaan yaitu 12 pertanyaan untuk variabel Literasi Keuangan (X1), 8 pertanyaan untuk variabel Gaya Hidup (X2), 6 pertanyaan untuk variabel Perilaku Konsumtif (X3) dan 12 pertanyaan untuk variabel *Paylater* (Y). Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan data takhingga karena tidak diketahui secara pasti berapa orang pengguna *PayLater* pada mahasiswa UMSU manajemen stambuk 2019, namun yang mengisi kuesioner berjumlah 86 mahasiswa, sehingga sampel penelitian ini berjumlah 86 responden.

Hasil data angket penelitian yang disebarakan kemudian diberikan nilai dengan metode skala likert kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan *Software SmartPLS*

Setiap responden untuk menjawab angket memiliki skor tertinggi 5 poin dan skor terendah 1 poin, selanjutnya data penulis deskripsikan melalui data primer berupa angket yang telah diuji lalu disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan disimpulkan sesuai tabel di bawah ini.

**Tabel 4.1 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     |

#### 4.1.2 Karakteristik Identitas Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden, maka dapat dilihat pada tabel berdasarkan jenis kelamin dan usia responden dibawah ini:

##### 4.1.2.1 Jenis Kelamin

Berikut ini hasil distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dari 87 responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 22        | 25,6    | 25,6          | 25,6               |
|       | Perempuan | 64        | 74,4    | 74,4          | 100                |
|       | Total     | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan pada karateristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sebanyak 22 orang (25,6%) dan perempuan sebanyak 64 orang(74,4%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan dari pada laki-laki, Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan *paylater* dibandingkan dengan laki-laki.

##### 4.1.2.2 Usia

Berikut ini hasil distribusi responden berdasarkan usia dari 87 responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 20    | 2         | 2.3     | 2.3           | 2.3                |
|       | 21    | 57        | 66.3    | 66.3          | 68.6               |
|       | 22    | 23        | 26.7    | 26.7          | 95.3               |
|       | 23    | 4         | 4.7     | 4.7           | 100                |
|       | Total | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan pada karakteristik responden berdasarkan usia reponden yaitu usia antara 20 tahun sebanyak 7 orang (8,1%), usia antara 21 tahun sebanyak 57 orang (66,3%), usia 22 sebanyak 20 orang (23,3%) dan usia 23 sebanyak 2 orang (2,3%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden cenderung lebih banyak mahasiswa dengan usia 21 tahun, hal ini menunjukkan mahasiswa dengan usia 21 tahun lebih banyak menggunakan *PayLater* daripada usia yang lain.

#### 4.1.2.3 Sumber Uang Saku

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Uang Saku**

|       |                       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Orang Tua             | 80        | 93.0    | 93.0          | 93.0               |
|       | Bekerja               | 5         | 5.8     | 5.8           | 98.8               |
|       | Bekerja dan Orang Tua | 1         | 1.2     | 1.2           | 100                |
|       | Total                 | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan pada karateristik responden berdasarkan sumber uang saku reponden yaitu orang tua sebanyak 80 orang (93.0%), bekerja sebanyak 5 orang (5.8%),serta bekerja dan orangtua sebanyak 1 orang (1.2%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden cenderung lebih banyak mahasiswa dengan uang saku bersumber dari orang tua, hal ini menunjukkan mahasiswa dengan uang saku dengan sumber orang tua lebih banyak menggunakan *PayLater* daripada usia yan lain.

#### 4.1.2.4 Penggunaan *PayLater*

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan penggunaan *PayLater***

|       |      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1-5  | 86        | 100     | 100           | 100                |
|       | 5-10 | 0         | 0.0     | 0.0           | 100                |
|       | >10  | 0         | 0.0     | 0.0           | 100                |
| Total |      | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan pada karateristik responden berdasarkan banyaknya menggunakan *PayLater* reponden yaitu 1-5 sebanyak 86 orang (100%), 5-10 sebanyak 0 orang (0.0%),serta >10 sebanyak 0 orang (0.0%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden cenderung secara keseluruhan merupakan pengguna baru *PayLater* yang mana transaksinya hanya kisaran 1-5 kali transaksi.

#### 4.1.2.5 Transaksi menggunakan *PayLater*

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Responden Berdasarkan transaksi menggunakan *PayLater***

|       |                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | <50.000         | 8         | 9.3     | 9.3           | 9.3                |
|       | 50.000– 300.000 | 70        | 81.4    | 81.4          | 89.7               |
|       | >300.000        | 8         | 9.3     | 9.3           | 100                |
|       | Total           | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan jumlah transaksi *PayLater* pada responden, berdasarkan banyaknya jumlah transaksi *PayLater* reponden yaitu <Rp.50.000 sebanyak 8 orang (9.3%), Rp.50.000-Rp.300.000 sebanyak 70 orang (81.4%),serta >Rp.300.000 sebanyak 8 orang (9.3%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden cenderung lebih banyak meggunakan transaksi *PayLater* dengannominal Rp.50.000 – Rp.300.000 per transaksi *PayLater*.

#### 4.1.2.6 Biaya pengeluaran tiap bulan

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Biaya pengeluaran tiap bulan**

|       |                     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 500.000-1.000.000   | 4         | 4.6     | 4.6           | 4.6                |
|       | 1.000.000-1.500.000 | 68        | 79.1    | 79.1          | 83.7               |
|       | 1.500.000-2.000.000 | 11        | 12.8    | 12.8          | 96.5               |
|       | >2.000.000          | 3         | 3.5     | 3.5           | 100                |
| Total |                     | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan pada karakteristik responden berdasarkan Biaya pengeluaran tiap bulan reponden yaitu Rp.500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 4 orang (4.6%), Rp.1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 68 orang (79.1%). Rp1.500.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 11 orang (12.8%), serta > Rp. 2.000.000 sebanyak 3 orang (3.5%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden lebih banyak menggunakan pengeluaran perbulan sebesar Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000.

#### 4.1.2.7 Pendapatan Tiap Bulan

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Responden Berdasarkan pendapatan tiap bulan**

|       |                     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 500.000-1.000.000   | 0         | 0       | 0             | 0                  |
|       | 1.000.000-1.500.000 | 53        | 61.6    | 61.6          | 61.6               |
|       | 1.500.000-2.000.000 | 17        | 19.8    | 19.8          | 81.4               |
|       | >2.000.000          | 16        | 18.6    | 18.6          | 100                |
| Total |                     | 86        | 100     | 100           |                    |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Tabel diatas menunjukkan pada karakteristik responden berdasarkan pendapatan tiap bulan responden yaitu Rp.500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 0 orang (0%), Rp.1,000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 53 orang (61.6%). Rp.1.500.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 17 orang (19.8%), serta > Rp. 2.000.000 sebanyak 16 orang (18.6%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden lebih berpenghasilan perbulan sebesar Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000.



### 4.1.3 Analisis Variabel Penelitian

Data yang didapatkan dari hasil tanggapan responden digunakan untuk menginterpretasikan pembahasan sehingga diketahui kondisi dari setiap indikator variabel yang diteliti. Dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, maka dilakukan kategorisasi tanggapan responden berdasarkan rata-rata skor tanggapan.

#### 4.1.3.1 Variabel Literasi Keuangan(X1)

Berdasarkan penyebaran angket kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Literasi Keuangan sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Skor Angket Untuk Variabel Literasi Keuangan**

| NO | Sangat Setuju |     | Setuju |     | Kurang Setuju |     | Tidak Setuju |    | Sangat Tidak Setuju |    | Jumlah |       |
|----|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|----|---------------------|----|--------|-------|
|    | F             | %   | F      | %   | F             | %   | F            | %  | F                   | %  | F      | %     |
| 1  | 22            | 26% | 42     | 49% | 16            | 19% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 2  | 18            | 21% | 36     | 42% | 27            | 31% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 3  | 17            | 20% | 44     | 51% | 17            | 20% | 8            | 9% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 4  | 16            | 19% | 45     | 52% | 20            | 23% | 4            | 5% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 5  | 21            | 24% | 42     | 49% | 19            | 22% | 4            | 5% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 6  | 15            | 17% | 38     | 44% | 26            | 30% | 7            | 8% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 7  | 20            | 23% | 43     | 50% | 17            | 20% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 8  | 13            | 15% | 47     | 55% | 20            | 23% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 9  | 23            | 27% | 38     | 44% | 20            | 23% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 10 | 20            | 23% | 37     | 43% | 22            | 26% | 7            | 8% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 11 | 19            | 22% | 42     | 49% | 18            | 21% | 6            | 7% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 12 | 17            | 20% | 43     | 50% | 20            | 23% | 4            | 5% | 2                   | 2% | 86     | 100.0 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)

Berdasarkan hasil data diatas pada tabel 4.4 maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari artinya mahasiswa mengetahui tentang perencanaan keuangan yang akan mereka gunakan maka mahasiswa lebih cermat dan terorganisir dalam penggunaan keuangan sehingga tidak terjadi pemborosan.
2. Pada pertanyaan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju bahwa uang saku bulanan yang mereka peroleh bersumber dari orangtua.
3. Pada pertanyaan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju menjual suatu produk/bekerja untuk memperoleh tambahan penghasilan artinya mahasiswa berusaha untuk tidak bergantung sepenuhnya kepada orangtua dengan berusaha melakukan hal lain agar mendapat pendapatan tambahan..
4. Pada pertanyaan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju untuk mencatat setiap pengeluaran keuangan yang mereka gunakan setiap waktu artinya mahasiswa mampu manage keuangan dengan baik sehingga keuangan yang mereka gunakan lebih terorganisir dan terarah.
5. Pada pertanyaan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju untuk menggunakan uang sesuai dengan perencanaan keuangan harian.
6. Pada pertanyaan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju bahwa mereka dapat menerapkan ilmu pengetahuannya dalam pencatatan keuangan pribadi..
7. Pada pertanyaan ketujuh dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju tetap menyisihkan uang untuk ditabung selai bank atau disimpan

sendiri(manual).

8. Pada pertanyaan kedelapan dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju untuk berusaha membuat cadangan atau persiapan pengeluaran lainnya. Artinya mahasiswa sadar untuk membuat cadangan dana darurat apabila sewaktu-waktu dibutuhkan.
9. Pada pertanyaan kesembilan dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju akan hal asuransi kesehatan, keselamatan, dan pendidikan untuk masa mendatang agar terhindar dari hal hal yang tidak diinginkan.
10. Pada pertanyaan kesepuluh dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju menyisihkan uang mereka setiap bulannya untuk asuransi.
11. Pada pertanyaan kesebelas dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju bahwa mengetahui tujuan perencanaan keuangan untuk terlepas dari kesulitan keuangan.
12. Pada pertanyaan kedua belas dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju untuk selalu merencanakan program menabung /investasi secara teratur setiap bulannya untuk mencapai tujuan tertentu

#### **4.1.3.2 Variabel Gaya Hidup (X2)**

Berdasarkan penyebaran angket kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Gaya Hidup sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Skor Angket Untuk Variabel Gaya Hidup**

| NO       | Sangat Setuju |     | Setuju |     | Kurang Setuju |     | Tidak Setuju |    | Sangat Tidak Setuju |    | Jumlah |       |
|----------|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|----|---------------------|----|--------|-------|
|          | F             | %   | F      | %   | F             | %   | F            | %  | F                   | %  | F      | %     |
| <b>1</b> | 21            | 24% | 40     | 47% | 20            | 23% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| <b>2</b> | 20            | 23% | 34     | 40% | 27            | 31% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| <b>3</b> | 20            | 23% | 43     | 50% | 16            | 19% | 7            | 8% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| <b>4</b> | 15            | 17% | 44     | 51% | 21            | 24% | 4            | 5% | 2                   | 2% | 86     | 100.0 |
| <b>5</b> | 20            | 23% | 35     | 41% | 27            | 31% | 4            | 5% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| <b>6</b> | 21            | 24% | 34     | 40% | 25            | 29% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| <b>7</b> | 20            | 23% | 41     | 48% | 17            | 20% | 7            | 8% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| <b>8</b> | 16            | 19% | 43     | 50% | 22            | 26% | 4            | 5% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Berdasarkan hasil data diatas pada tabel 4.5 maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju tetap menggunakan barang yang mereka punya, dari pada harus membeli barang yang baru walaupun terlihat menarik.
2. Pada pertanyaan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju untuk memanfaatkan apa yang ada untuk meminimalisir pengeluaran.
3. Pada pertanyaan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju menggunakan uang untuk membantu orang lain artinya mahasiswa berpikir bahwa uang tidak hanya untuk dirinya melainkan dapat membantu orang lain yang sedang membutuhkan.
4. Pada pertanyaan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju bahwa Mahasiswa dapat memilah dan memilih barang yang akan dibeli sehingga tidak terjadi impulsive buying.
5. Pada pertanyaan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa

setuju tidak mudah tertarik untuk membeli barang yang menjadi trend fashion pada saat ini.

6. Pada pertanyaan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju dapat membandingkan harga produk ditoko manapun.
7. Pada pertanyaan ketujuh dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju lingkungan dapat mempengaruhi mahasiswa dalam membentuk karakter-karakter dasar.
8. Pada pertanyaan kedelapan dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju pendidikan dapat mempengaruhi mahasiswa dalam membentuk karakter-karakter dasar.

#### 4.1.3.3 Variabel Perilaku Konsumtif (X3)

Berdasarkan penyebaran angket kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel Perilaku Konsumtif sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Skor Angket Untuk Variabel Perilaku Konsumtif**

| NO | Sangat Setuju |     | Setuju |     | Kurang Setuju |     | Tidak Setuju |    | Sangat Tidak Setuju |    | Jumlah |       |
|----|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|----|---------------------|----|--------|-------|
|    | F             | %   | F      | %   | F             | %   | F            | %  | F                   | %  | F      | %     |
| 1  | 19            | 22% | 36     | 42% | 27            | 31% | 4            | 5% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 2  | 23            | 27% | 34     | 40% | 24            | 28% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 3  | 19            | 22% | 43     | 50% | 18            | 21% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 4  | 19            | 22% | 39     | 45% | 23            | 27% | 4            | 5% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 5  | 14            | 16% | 50     | 58% | 17            | 20% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 6  | 17            | 20% | 38     | 44% | 26            | 30% | 5            | 6% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Berdasarkan hasil data diatas pada tabel 4.6 maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju mengontrol diri untuk tidak membeli produk hanya karena barang yang menarik.
2. Pada pertanyaan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju memilah dan memilih barang agar tidak tergesa-gesa dalam membeli barang yang menarik.
3. Pada pertanyaan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju tidak mudah tertarik untuk membeli suatu barang hanya karena iming-iming diskon.
4. Pada pertanyaan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju mudah tergiur untuk membeli barang karena tertarik atau mengidolakan model yang mengiklankannya.
5. Pada pertanyaan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju lebih memilih untuk makan bekal yang disediakan orang tua atau catering dibandingkan untuk makan diluar hanya karena gengsi yang akan terjadi pemborosan nantinya.
6. Pada pertanyaan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa setuju menyisihkan uang untuk membeli keperluan pribadi dan beberapa barang keinginan yang sudah direncanakan sebelumnya..

#### 4.1.3.4 Variabel *PayLater*(Y)

Berdasarkan penyebaran angket kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variabel *PayLater* sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Skor Angket Untuk Variabel *PayLater*(Y)**

| NO | Sangat Setuju |     | Setuju |     | Kurang Setuju |     | Tidak Setuju |    | Sangat Tidak Setuju |    | Jumlah |       |
|----|---------------|-----|--------|-----|---------------|-----|--------------|----|---------------------|----|--------|-------|
|    | F             | %   | F      | %   | F             | %   | F            | %  | F                   | %  | F      | %     |
| 1  | 21            | 24% | 41     | 48% | 18            | 21% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 2  | 19            | 22% | 36     | 42% | 25            | 29% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 3  | 16            | 19% | 46     | 53% | 16            | 19% | 8            | 9% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 4  | 18            | 21% | 42     | 49% | 21            | 24% | 4            | 5% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 5  | 20            | 23% | 43     | 50% | 17            | 20% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 6  | 18            | 21% | 34     | 40% | 27            | 31% | 7            | 8% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 7  | 19            | 22% | 41     | 48% | 19            | 22% | 7            | 8% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 8  | 14            | 16% | 44     | 51% | 21            | 24% | 6            | 7% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 9  | 23            | 27% | 40     | 47% | 17            | 20% | 6            | 7% | 0                   | 0% | 86     | 100.0 |
| 10 | 20            | 23% | 35     | 41% | 24            | 28% | 6            | 7% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 11 | 20            | 23% | 42     | 49% | 16            | 19% | 7            | 8% | 1                   | 1% | 86     | 100.0 |
| 12 | 17            | 20% | 42     | 49% | 20            | 23% | 5            | 6% | 2                   | 2% | 86     | 100.0 |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)**

Berdasarkan hasil data diatas pada tabel 4.7 maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan pertama dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju sitem bayar nanti mempermudah belanja online ketika mendesak.
2. Pada pertanyaan kedua dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Sistem bayar nanti bisa dibayar di saat gaji.
3. Pada pertanyaan ketiga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju *PayLater* memberikan kepuasan tersendiri karena terdapat banyak diskon.

4. Pada pertanyaan keempat dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Kepuasan berupa kemudahan dalam melakukan transaksi.
5. Pada pertanyaan kelima dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Kemudahan Transaksi disaat mendesak
6. Pada pertanyaan keenam dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Kemudahan pembayaran di awal bulan saat gaji.
7. Pada pertanyaan ketujuh dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Jaminan keamanan transaksi dan data pengguna karena sudah diawasi oleh OJK.
8. Pada pertanyaan kedelapan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Enkripsi data, sistem keamanan berupa notifikasi login, 2 factor authentication, hingga kode OTP, yang mampu menjamin tidak ada pihak luar yang mampu mengakses data ataupun akun *PayLater* tanpa izin.
9. Pada pertanyaan kesembilan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Cashback besar besaran untuk pengguna *PayLater*.
10. Pada pertanyaan kesepuluh dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Tawaran cash back dan promo menarik khusus transaksi menggunakan *PayLater*.
11. Pada pertanyaan kesebelas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju transaksi sekali klik.
12. Pada pertanyaan keduabelas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju transaksi dimana saja.



## 4.2 Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan *structural equation modelling* (SEM) dengan *software SmartPLS* (*Partial Least Square*). Dalam *PLS path modelling* terdapat 2 model yaitu *outer model* dan *inner model*.

### 4.2.1 Analisis Model Pengukuran/*Measurement Model Analysis (Outer Model)*

Teknik model pengukuran *outer model* ini adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya (Juliandi, 2018). Uji yang dilakukan pada *outer model* sebagai berikut:

#### 4.2.1.1 Convergent Validity

*Convergent validity* mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Dalam evaluasi *convergent validity* dari pemeriksaan *individual item reliability*, dapat dilihat dari *standardized loading factor*. *Standardize loading factor* menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Korelasi dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai  $> 0,7$  (Irwan & Adam, 2015).

**Tabel 4.13**  
*Convergent Validity*

| Variabel              | Butir Pernyataan | <i>Outer Loading</i> |    |    |    | Keterangan   |
|-----------------------|------------------|----------------------|----|----|----|--------------|
|                       |                  | LK                   | GH | PK | PL |              |
| Literasi Keuangan(XI) | LK1              | 0.865                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK2              | 0.830                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK3              | 0.852                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK4              | 0.842                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK5              | 0.836                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK6              | 0.807                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK7              | 0.805                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK8              | 0.827                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK9              | 0.862                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK10             | 0.882                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK11             | 0.812                |    |    |    | <i>Valid</i> |
|                       | LK12             | 0.887                |    |    |    | <i>Valid</i> |

|                               |      |  |       |       |       |              |
|-------------------------------|------|--|-------|-------|-------|--------------|
| Gaya Hidup<br>(X2)            | GH1  |  | 0.841 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH2  |  | 0.866 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH3  |  | 0.860 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH4  |  | 8.874 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH5  |  | 0.804 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH6  |  | 0.865 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH7  |  | 0.856 |       |       | <i>Valid</i> |
|                               | GH8  |  | 0,822 |       |       | <i>Valid</i> |
| Perilaku<br>Konsumtif<br>(X3) | PK1  |  |       | 0.799 |       | <i>Valid</i> |
|                               | PK2  |  |       | 0.822 |       | <i>Valid</i> |
|                               | PK3  |  |       | 0.823 |       | <i>Valid</i> |
|                               | PK4  |  |       | 0.814 |       | <i>Valid</i> |
|                               | PK5  |  |       | 0.837 |       | <i>Valid</i> |
|                               | PK6  |  |       | 0.887 |       | <i>Valid</i> |
| PayLater (Y)                  | PL1  |  |       |       | 0.882 | <i>Valid</i> |
|                               | PL2  |  |       |       | 0.899 | <i>Valid</i> |
|                               | PL3  |  |       |       | 0.854 | <i>Valid</i> |
|                               | PL4  |  |       |       | 0.902 | <i>Valid</i> |
|                               | PL5  |  |       |       | 0.881 | <i>Valid</i> |
|                               | PL6  |  |       |       | 0.869 | <i>Valid</i> |
|                               | PL7  |  |       |       | 0.849 | <i>Valid</i> |
|                               | PL8  |  |       |       | 0.873 | <i>Valid</i> |
|                               | PL9  |  |       |       | 0.871 | <i>Valid</i> |
|                               | PL10 |  |       |       | 0.832 | <i>Valid</i> |
|                               | PL11 |  |       |       | 0.867 | <i>Valid</i> |
|                               | PL12 |  |       |       | 0.884 | <i>Valid</i> |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3**

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

Outer Loading

|       | Gaya Hidup | Literasi Keuangan | PayLater | Perilaku Konsumtif |
|-------|------------|-------------------|----------|--------------------|
| X1.1  |            |                   | 0,865    |                    |
| X1.10 |            |                   | 0,882    |                    |
| X1.11 |            |                   | 0,812    |                    |
| X1.12 |            |                   | 0,887    |                    |
| X1.2  |            |                   | 0,830    |                    |
| X1.3  |            |                   | 0,852    |                    |
| X1.4  |            |                   | 0,842    |                    |
| X1.5  |            |                   | 0,836    |                    |
| X1.6  |            |                   | 0,807    |                    |
| X1.7  |            |                   | 0,805    |                    |
| X1.8  |            |                   | 0,827    |                    |
| X1.9  |            |                   | 0,862    |                    |
| X2.1  | 0,841      |                   |          |                    |
| X2.2  | 0,866      |                   |          |                    |
| X2.3  | 0,860      |                   |          |                    |
| X2.4  | 0,874      |                   |          |                    |
| X2.5  | 0,804      |                   |          |                    |
| X2.6  | 0,865      |                   |          |                    |
| X2.7  | 0,856      |                   |          |                    |
| X2.8  | 0,822      |                   |          |                    |
| X3.1  |            |                   |          | 0,799              |
| X3.2  |            |                   |          | 0,822              |

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

|       |       |  |       |       |
|-------|-------|--|-------|-------|
| X2.4  | 0,874 |  |       |       |
| X2.5  | 0,804 |  |       |       |
| X2.6  | 0,865 |  |       |       |
| X2.7  | 0,856 |  |       |       |
| X2.8  | 0,822 |  |       |       |
| X3.1  |       |  |       | 0,799 |
| X3.2  |       |  |       | 0,822 |
| X3.3  |       |  |       | 0,823 |
| X3.4  |       |  |       | 0,814 |
| X3.5  |       |  |       | 0,837 |
| X3.6  |       |  |       | 0,887 |
| Y1.1  |       |  | 0,882 |       |
| Y1.10 |       |  | 0,899 |       |
| Y1.11 |       |  | 0,854 |       |
| Y1.12 |       |  | 0,902 |       |
| Y1.2  |       |  | 0,881 |       |
| Y1.3  |       |  | 0,869 |       |
| Y1.4  |       |  | 0,849 |       |
| Y1.5  |       |  | 0,873 |       |
| Y1.6  |       |  | 0,871 |       |
| Y1.7  |       |  | 0,832 |       |
| Y1.8  |       |  | 0,867 |       |
| Y1.9  |       |  | 0,884 |       |

Tabel diatas menunjukkan nilai-nilai *Outer Loading*, dengan kesimpulan sebagaiberikut:

1. Variabel Literasi Keuangan(X1), butir-butir pernyataan yang valid adalah butir-butir pertanyaan nomor 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12.
2. Variabel Gaya Hidup (X2), butir-butir pernyataan yang valid adalah butir-butir pertanyaan nomor 1,2,3,4,5,6,7,8.
3. Variabel Perilaku Konsutif (X3), butir-butir pernyataan yang valid adalah butir-butir pertanyaan nomor 1,2,3,4,5,6.
4. Variabel *PayLater* (Y), butir-butir pernyataan yang valid adalah butir-butir pertanyaan nomor 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12.

#### 4.2.1.2 *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* adalah sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik). Kriteria pengukuran terbaru yang terbaik adalah melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Jika nilai HTMT < 0.90 maka suatu konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik (Juliandi, 2018).

**Tabel 4.14**  
**Discriminant Validity**

| Variabel               | Gaya Hidup (X2) | Literasi Keuangan(X1) | <i>Paylater</i> (Y) | Perilaku Konsumtif (X3) |
|------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|-------------------------|
| Gaya Hidup(X2)         | 0.849           |                       |                     |                         |
| Literasi Keuangan(X1)  | 0.939           | 0.843                 |                     |                         |
| <i>Paylater</i> (Y)    | 0.970           | 0.977                 | 0.872               |                         |
| Perilaku Konsumtif(X3) | 0.882           | 0.908                 | 0.919               | 0.831                   |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3**

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

Validitas Diskriminan

Kriteria Fornell-Larcker

|                    | Gaya Hidup | Literasi Keuangan | PayLater | Perilaku Konsumtif |
|--------------------|------------|-------------------|----------|--------------------|
| Gaya Hidup         | 0,849      |                   |          |                    |
| Literasi Keuangan  | 0,939      | 0,843             |          |                    |
| PayLater           | 0,970      | 0,977             | 0,872    |                    |
| Perilaku Konsumtif | 0,882      | 0,908             | 0,919    | 0,831              |

Kesimpulan pengujian *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) pada diatas adalah sebagai berikut :

1. Variabel X2 (Gaya Hidup) terhadap X2 (Gaya Hidup) memiliki *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.849 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* baik atau berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
2. Variabel X1 (Literasi Keuangan) terhadap X2 (Gaya Hidup) nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.939 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* kurang baik, atau tidak berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
3. Variabel X1 (Literasi Keuangan) terhadap X1 (Literasi Keuangan) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.843 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* baik atau berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
4. Variabel Y (*PayLater*) terhadap X1 (Literasi Keuangan) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.970 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* kurang baik atau tidak berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
5. Variabel Y (*PayLater*) terhadap X2 (Gaya Hidup) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.977 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* kurang baik atau tidak berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
6. Variabel Y (*PayLater*) terhadap X3 (Perilaku Konsumtif) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.872 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* baik atau berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).

7. Variabel X3 (Perilaku Konsumtif) terhadap X2 (Gaya Hidup) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.882 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* baik atau berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
8. Variabel X3 (Perilaku Konsumtif) terhadap X1 (Literasi Keuangan) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.908 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* kurang baik atau tidak berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
9. Variabel X3 (Perilaku Konsumtif) terhadap Y (*PayLater*) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.919 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* kurang baik atau tidak berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).
10. Variabel X3 (Perilaku Konsumtif) terhadap X3 (Perilaku Konsumtif) *Heterotrait-Monotrait Ratio*  $0.831 < 0.90$ , artinya *discriminant validity* baik atau berbeda dari konstruksi lain (konstruk adalah unik).

#### 4.2.1.3 Composite Reliability

Validitas dan reliabilitas konstruk adalah pengujian untuk mengukur kehandalan suatu konstruk. Kehandalan skor konstruk harus cukup tinggi. Kriteria *composite reliability* adalah  $> 0.6$  (Juliandi, 2018).

**Tabel 4.13**  
**Composite Reliability**

| Variabel               | Composite Reliability |
|------------------------|-----------------------|
| Gaya Hidup(X2)         | 0.954                 |
| Literasi Keuangan(X1)  | 0.967                 |
| <i>Paylater</i> (Y)    | 0.974                 |
| Perilaku Konsumtif(X3) | 0.930                 |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Smart PLS 3**

# Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

## Validitas dan Reliabilitas Konstruk

|                    | Cronbach's Alpha | rho_A | Reliabilitas Komposit | Rata-rata Varians Diekstrak (AVE) |
|--------------------|------------------|-------|-----------------------|-----------------------------------|
| Gaya Hidup         | 0,944            | 0,945 | 0,954                 | 0,721                             |
| Literasi Keuangan  | 0,963            | 0,963 | 0,967                 | 0,710                             |
| PayLater           | 0,971            | 0,972 | 0,974                 | 0,760                             |
| Perilaku Konsumtif | 0,910            | 0,912 | 0,930                 | 0,690                             |

Kesimpulan pengujian *composite reliability* adalah sebagai berikut :

1. Variabel Literasi Keuangan(X1) adalah reliable, karena nilai *composite reliability* Literasi Keuangan(X1) adalah  $0.967 > 0.6$ .
2. Variabel Gaya Hidup (X2) adalah reliable, karena nilai *composite reliability* Gaya Hidup (X2) adalah  $0.954 > 0.6$ .
3. Variabel Perilaku Konsumtif (X3) adalah reliable, karena nilai *composite reliability* Perilaku Konsumtif (X3) adalah  $0.930 > 0.6$ .
4. Variabel *PayLater* (Y) adalah reliable, karena nilai *composite reliability* *PayLater* (Y) adalah  $0.974 > 0.6$ .

## 4.2.2 Analisis Model Struktural/Structural Model Analysis (Inner Model)

Teknik model ini menganalisis hubungan antar konstruk (antar variabel laten) yakni eksogen dan endogen serta hubungan diantaranya. Uji yang dilakukan pada *inner model* menggunakan *R-Square* dan *F-Square*. Berikut ini hasil pengujiannya:

### 4.2.2.1 R-Square

*R-Square* adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen). Ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik/buruk (Juliandi, 2018). Kriteria dari *R-Square* adalah:

1. Jika nilai  $R^2$  (adjusted) = 0,75 → Model adalah substansial (kuat).

2. Jika nilai  $R^2$  (adjusted) = 0,50 → Model adalah moderate (sedang).
3. Jika nilai  $R^2$  (adjusted) = 0,25 → Model adalah lemah (buruk).

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji *R-Square***

| Variabel            | <i>R-Square</i> | <i>R-SquareAdjusted</i> |
|---------------------|-----------------|-------------------------|
| <i>PayLater</i> (Y) | 0.979           | 0.979                   |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3**

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[Kembali ke navigasi](#)

R Square

|          | R Square | Adjusted R Square |
|----------|----------|-------------------|
| PayLater | 0,979    | 0,979             |

Kesimpulan dari pengujian nilai *R-square* pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

1. *R-Square Adjusted* model Jalur I = 0.979 artinya kemampuan variabel X yaitu Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif dalam menjelaskan Y (*PayLater*) adalah sebesar 97,9% dengan demikian model tergolong substansial (kuat).

### 4.2.2.2 F-Square

Pengukuran *F-Square* atau *effect size* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relative dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Pengukuran *F-square* disebut juga efek perubahan. Artinya, perubahan nilai saat variabel eksogen tertentu dihilangkan dari model, akan dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel yang dihilangkan memiliki dampak substansif pada konstruk endogen (Juliandi, 2018).

Kriteria dari *F-Square* adalah:

1. Jika nilai  $F^2 = 0.02$  → Efek yang kecil dari variabel eksogen terhadap endogen.



2. Jika nilai  $F^2 = 0.15 \rightarrow$  Efek yang sedang/moderat dari variabel eksogen terhadap endogen.
3. Jika nilai  $F^2 = 0.35 \rightarrow$  Efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji *F-Square***

| Variabel               | Literasi Keuangan (X1) | Gaya Hidup (X2) | Paylater (Y) | Perilaku Konsumtif (X3) |
|------------------------|------------------------|-----------------|--------------|-------------------------|
| Literasi Keuangan(X1)  |                        |                 | 1.015        |                         |
| Gaya Hidup(X2)         |                        |                 | 0.950        |                         |
| Paylater(Y)            |                        |                 |              |                         |
| Perilaku Konsumtif(X3) |                        |                 | 0.107        |                         |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3**

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

### *f* Square

|                    | Gaya Hidup | Literasi Keuangan | PayLater | Perilaku Konsumtif |
|--------------------|------------|-------------------|----------|--------------------|
| Gaya Hidup         |            |                   | 0,950    |                    |
| Literasi Keuangan  |            |                   | 1,015    |                    |
| PayLater           |            |                   |          |                    |
| Perilaku Konsumtif |            |                   | 0,107    |                    |

Kesimpulan nilai *F-Square* dapat dilihat pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Literasi Keuangan) terhadap Y (*PayLater*) memiliki nilai = 0.950, maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.
2. Variabel X2 (Gaya Hidup) terhadap Y (*PayLater*) memiliki nilai = 1.015, maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen.
3. Variabel X3 (Perilaku Konsumtif) terhadap Y (*PayLater*) memiliki nilai = 0.107, maka efek yang sedang/moderat dari variabel eksogen terhadap endogen.

### 4.2.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini menggunakan analisis efek regresi linier berganda untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel penelitian apakah hubungan yang dibangun merupakan hubungan yang positif atau negatif sehingga dapat diinterpretasikan ke dalam model persamaan. Pengujian Hipotesis mengandung tiga sub analisis, antara lain: *direct effect*; *indirect effect* dan *total effect*. Berikut ini hasil dari ketiganya:

#### 4.2.3.1 Direct Effects (Pengaruh Langsung)

Tujuan analisis *direct effect* (pengaruh langsung) berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) (Juliandi, 2018).

Kriteria untuk pengujian hipotesis pengaruh langsung (*direct effect*) adalah seperti terlihat di dalam bagian di bawah ini.

1. Koefisien jalur (*path coefficient*):
  - a. Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah searah, jika nilai nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya juga meningkat/naik.
  - b. Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah berlawanan arah, jika nilai nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya akan menurun/rendah.
  - c. Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) T Statisticnya dengan standar  $> 1,96$ , maka terdapat pengaruh signifikan, begitu juga sebaliknya jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) T Statisticnya standar  $< 1,96$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
2. Nilai probabilitas/signifikansi (P-Value):
  - a. Jika nilai P-Values  $< 0.05$ , maka signifikan

b. Jika nilai P-Values  $> 0.05$ , maka tidak signifikan

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji *Direct Effects***

| Variabel   | <i>Tstatistics</i><br>( $ O/STDEV $ ) | <i>P-Values</i> |
|--|---------------------------------------|-----------------|
| Gaya Hidup $\rightarrow$ <i>PayLater</i>         | 2.463                                 | 0.014           |
| Literasi Keuangan $\rightarrow$ <i>PayLater</i>  | 2.944                                 | 0.003           |
| Perilaku Konsumtif $\rightarrow$ <i>PayLater</i> | 2.067                                 | 0.039           |

**Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3**

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

Hasil Akhir

Koefisien Jalur

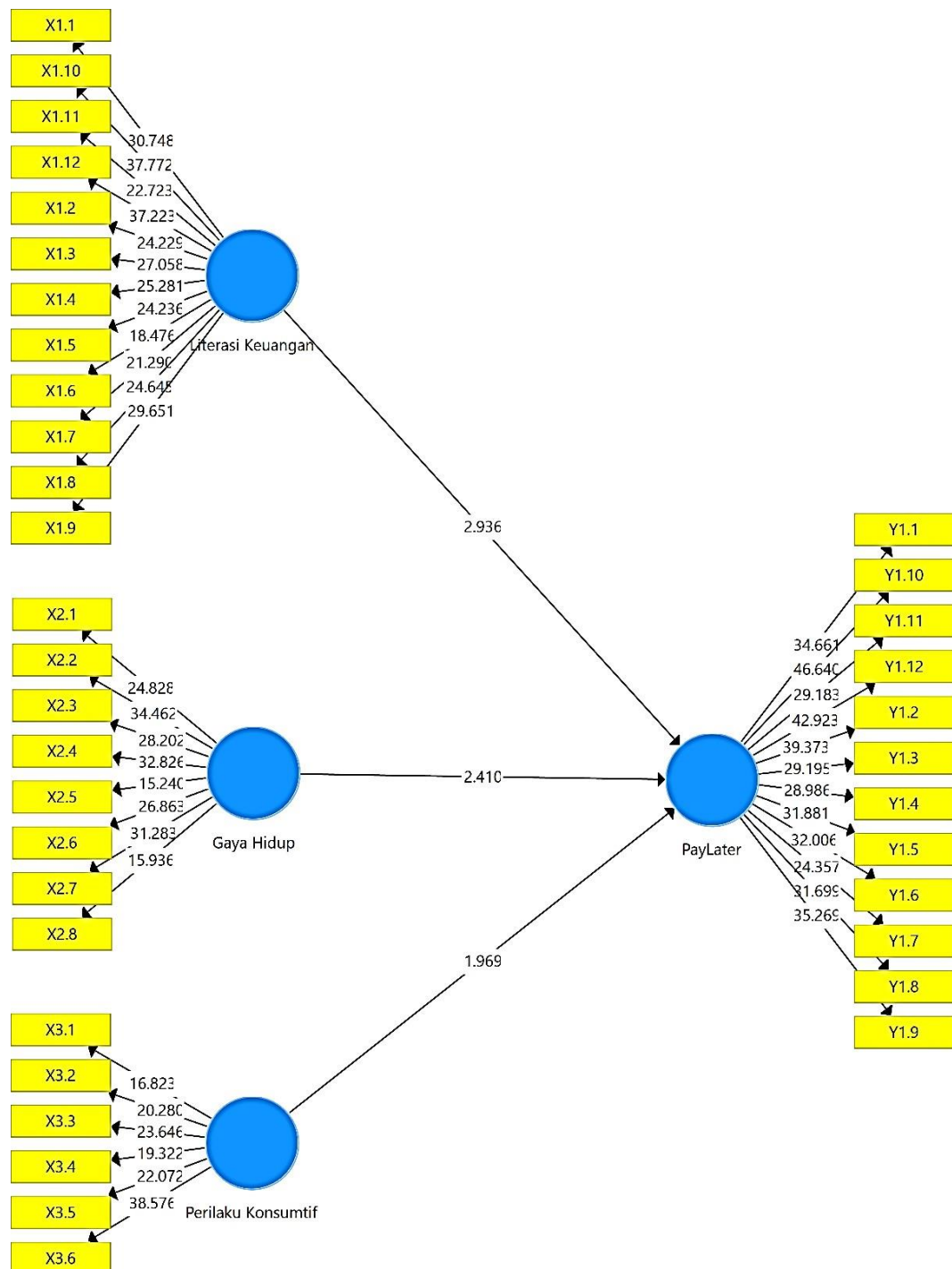
Mean, STDEV, T-Values, P-Values

|  | Sampel Asli (O) | Rata-rata Sampel (M) | Standar Deviasi (STDEV) | T Statistik ( $ O/STDEV $ ) | P Values |
|--|-----------------|----------------------|-------------------------|-----------------------------|----------|
| Gaya Hidup $\rightarrow$ <i>PayLater</i>         | 0,416           | 0,456                | 0,169                   | 2,463                       | 0,014    |
| Literasi Keuangan $\rightarrow$ <i>PayLater</i>  | 0,483           | 0,451                | 0,164                   | 2,944                       | 0,003    |
| Perilaku Konsumtif $\rightarrow$ <i>PayLater</i> | 0,114           | 0,104                | 0,055                   | 2,067                       | 0,039    |

Berdasarkan dari data di atas diketahui bahwa hasil pengolahan data dengan *direct effect* adalah sebagai berikut:

Koefisien jalur (*path coefficient*) dalam tabel seluruh nilai koefisien jalur adalah positif (dilihat pada nilai  $Tstatistics(|O/STDEV|)$ ).

1. X1 terhadap Y : nilai  $Tstatistics(|O/STDEV|) = 2.944$  dan P-Value =  $0.003 < 0.05$  artinya pengaruh X1 (Literasi Keuangan) terhadap Y (*PayLater*) adalah positif dan signifikan.
2. X2 terhadap Y : nilai  $TStatistics(|O/STDEV|) = 2.463$  dan P-Value =  $0.003 < 0.014$ , artinya, pengaruh X2 (Gaya Hidup) terhadap Y (*PayLater*) adalah positif dan signifikan.
3. X3 terhadap Y : nilai  $TStatistics(|O/STDEV|) = 2.067$  dan P-Value =  $0.039 < 0.05$  artinya, pengaruh X3 (Perilaku Konsumtif) terhadap Y (*PayLater*) adalah positif dan signifikan.



Gambar 4.1

## Model Persamaan Stuctural

#### 4.2.3.2 Total Effect (Pengaruh Total)

*Total effect* (pengaruh total) merupakan total dari *direct effect* (pengaruh langsung) dan *indirect effect* (pengaruh tidak langsung) (Juliandi, 2018).

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Total Effects**

| Variabel                       | TStatistics( O/STDEV ) | P-Values |
|--------------------------------|------------------------|----------|
| Gaya Hidup -> PayLater         | 2.463                  | 0.014    |
| Literasi Keuangan -> PayLater  | 2.944                  | 0.003    |
| Perilaku Konsumtif -> PayLater | 2.067                  | 0.039    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

Hasil Akhir

Koefisien Jalur

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

|                                | Sampel Asli (O) | Rata-rata Sampel (M) | Standar Deviasi (STDEV) | T Statistik ( O/STDEV ) | P Values |
|--------------------------------|-----------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|----------|
| Gaya Hidup -> PayLater         | 0,416           | 0,456                | 0,169                   | 2,463                   | 0,014    |
| Literasi Keuangan -> PayLater  | 0,483           | 0,451                | 0,164                   | 2,944                   | 0,003    |
| Perilaku Konsumtif -> PayLater | 0,114           | 0,104                | 0,055                   | 2,067                   | 0,039    |

Kesimpulan dari nilai *total effects* pada tabel diatas adalah sebagai berikut:

- Total effect* untuk hubungan X1 (Literasi Keuangan) dan Y (*PayLater*) nilai TStatistics(|O/STDEV|) adalah sebesar 2.944 dengan P-Values  $0.003 < 0.05$  (berpengaruh signifikan).
- Total effect* untuk hubungan X2 (Gaya Hidup) dan Y (*PayLater*) nilai TStatistics(|O/STDEV|) adalah sebesar 2.463 dengan P-Values  $0.014 < 0.05$  (berpengaruh signifikan).
- Total effect* untuk hubungan X3 (Perilaku Konsumtif) dan Y (*PayLater*) nilai TStatistics(|O/STDEV|) adalah sebesar 2.067 dengan P-Values  $0.039 < 0.05$  (berpengaruh signifikan)

### 4.3 Pembahasan

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yakni menganalisis pengaruh langsung Literasi Keuangan (variabel bebas) terhadap *PayLater* (terikat), pengaruh langsung Gaya Hidup (variabel bebas) terhadap *PayLater* (terikat), pengaruh Perilaku Konsumtif (variabel bebas) terhadap *PayLater* (terikat).

Berdasarkan tujuan-tujuan tersebut, penulis membandingkan temuan-temuan yang penulis hasilkan dari penelitian ini dengan temuan-temuan penelitian para peneliti terdahulu.

#### 4.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *PayLater*

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Literasi Keuangan terhadap *PayLater*,  $X_1$  terhadap  $Y$  dengan nilai  $TStatistics(|O/STDEV|) = 2.944$  (positif) dan  $P-Values$  0.003 dengan taraf signifikan  $0.003 < 0.05$  (signifikan) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap *PayLater* secara positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Sufyati HS & Alvi Lestari (2022) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater* dengan arah hubungan negative. Sedangkan dalam penelitian S. D. Putri & Mulatsih (2021) Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (*paylater*) pada Shopee, kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (*paylater*) pada Shopee, risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech payment (*paylater*) pada Shopee.

Literasi keuangan bukan hanya sekedar ilmu pelajaran yang harus di pelajari tetapi juga harus diterapkan pada kehidupan sehari-hari agar lebih bijak dalam

mengelola dan manajemen keuangan sehingga tidak terjadi pemborosan, Seseorang dengan pengetahuan keuangan yang tinggi mampu membuat keputusan yang baik. Seseorang yang memahami Literasi keuangan akan lebih memahami masalah keuangan dan juga lebih baik dalam hal mengelola keuangan. Tetapi tidak menutup kemungkinan seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi juga akan memanfaatkan teknologi *PayLater* yang memiliki banyak keuntungan.

Dapat peneliti simpulkan bahwa semakin tinggi Literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin tinggi pula cara mahasiswa berfikir dalam memanfaatkan keuntungan teknologi *PayLater*, dengan bijak dan hati-hati. Namun sebaliknya, Jika Literasi Keuangan Mahasiswa rendah bukan keuntungan yang akan mereka dapatkan dari teknologi *PayLater* dikarenakan kurang bijaknya dalam menggunakan *PayLater* akibat dari rendahnya Literasi keuangan.

Hal ini sesuai dengan hasil jawaban dari responden bahwa Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara memiliki pengetahuan umum tentang Literasi Keuangan dan *PayLater*.

Dengan demikian hal ini mendukung penelitian terdahulu bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *PayLater* oleh Sufyati HS & Alvi Lestari (2022) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater* dengan arah hubungan negative. Sedangkan dalam penelitian S. D. Putri & Mulatsih (2021) Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (*paylater*) pada Shopee, kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (*paylater*) pada Shopee, risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech payment (*paylater*) pada Shopee.

### 4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap *PayLater*

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Gaya Hidup Terhadap *PayLater*, X2 terhadap Y dengan nilai  $TStatistics(/O/STDEV/) = 2.463$  (positif) dan *P-Values* 0.016 dengan taraf signifikan  $0.014 < 0.05$  (signifikan) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Gaya Hidup Terhadap *PayLater* secara positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Nurfikri & Jahrizal (2019) menyatakan jika gaya hidup berpengaruh positif terhadap sikap dan keputusan penggunaan kartu kredit, juga dalam penelitian F.

A. Putri & Iriani (2020) ditemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan pada penggunaan kartu kredit sehingga semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula niat menggunakan kartu kredit.

Artinya Gaya Hidup Terhadap *PayLater* memiliki hubungan yang searah, jika Gaya Hidup tinggi maka *PayLater* akan meningkat, begitu juga sebaliknya. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan pengaruh Gaya Hidup terhadap *PayLater* terdukung.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Gaya Hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi pula minatnya dalam menggunakan *PayLater* untuk memenuhi gaya hidupnya. Begitu juga sebaliknya, dapat dikatakan jika Gaya Hidup mahasiswa rendah, maka akan semakin rendah bahkan tidak ada keinginan mahasiswa untuk menggunakan *PayLater*.

Hal ini sesuai dengan hasil jawaban dari responden bahwa Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menggunakan *Paylater* dikarenakan kemudahan dan pemenuhan gaya hidup yang diberikan dari *PayLater* yang mana benda yang diinginkan bisa dibeli sekarang dan bayar nanti.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Nurfikri & Jahrizal (2019); F. A.



Putri & Iriani (2020); memperoleh hasil bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* secara positif dan signifikan.

#### **4.3.3 Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap *PayLater***

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap *PayLater*, X1 terhadap Z dengan nilai  $TStatistics(|O/STDEV|) = 2.067$  (positif) dan  $P-Values$  0.039 dengan taraf signifikan  $0.049 < 0.05$  (signifikan) dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Perilaku Konsumtif terhadap *PayLater* secara positif dan signifikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Insana & Johan (2021) menunjukkan jika penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil temuan lain dari penelitian Nustini & Fadhillah (2020) menyatakan jika penggunaan e-Banking memiliki pengaruh positif terhadap *consumptivism*.

Perilaku konsumtif mahasiswa merupakan salah satu factor pendukung yang menjadi keputusan seseorang dalam menggunakan *PayLater*, semakin banyak keinginan untuk menunjukkan nilai diri dan mengikuti trend maka semakin besar pula keinginannya untuk menggubakan *PayLater* guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Hal ini sesuai dengan hasil jawaban dari responden bahwa Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumtif untuk menghindari hal hal yang berpotensi menjadi pemborosan dan bijak dalam mengambil keputusan dalam menggunakan *PayLater*.

Maka dari itu hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa variabel Perilaku konsumtif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *PayLater* oleh (Insana & Johan (2021);

#### **4.3.4 Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap *PayLater***

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap *PayLater*,  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$  dengan nilai F Square Variabel  $X_1$  (Literasi Keuangan) terhadap  $Y$  (*PayLater*) memiliki nilai = 1.015, maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen. Variabel  $X_2$  (Gaya Hidup) terhadap  $Y$  (*PayLater*) memiliki nilai = 0.950, maka efek yang besar dari variabel eksogen terhadap endogen. Variabel  $X_3$  (Perilaku Konsumtif) terhadap  $Y$  (*PayLater*) memiliki nilai = 0.107, maka efek yang sedang/moderat dari variabel eksogen terhadap endogen.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap *PayLater* Terhadap *PayLater* memiliki efek sedang/moderat hingga besar dari variable eksogen dan endogen. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Menurut penelitian Sufyati HS & Alvi Lestari (2022) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *PayLater* dengan arah hubungan negative. Dalam penelitian Nurfikri & Jahrizal (2019) menyatakan jika gaya hidup berpengaruh positif terhadap sikap dan keputusan penggunaan kartu kredit, juga dalam penelitian Insana & Johan (2021) menunjukkan jika penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu dari masing masing variable yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif dan negative terhadap kartu kredit maupun fintech payment (*PayLater*).

Artinya Literasi keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap *PayLater* memiliki hubungan yang searah, jika Literasi keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif tinggi maka *PayLater* akan meningkat, begitu juga sebaliknya. Sehingga hipotesis keempat yang menyatakan pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan perilaku konsumtif terhadap *PayLater* terdukung.

Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Literasi keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif mahasiswa maka akan semakin tinggi pula minatnya dalam menggunakan *PayLater* untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Begitu juga sebaliknya, dapat dikatakan jika Literasi keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif mahasiswa rendah, maka akan semakin rendah bahkan tidak ada keinginan mahasiswa untuk menggunakan *PayLater*.

Hal ini sesuai dengan hasil jawaban dari responden bahwa Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menggunakan *PayLater* dikarenakan kemudahan,keuntungan,efisien waktu dan pemenuhan kebutuhan hidup yang diberikan dari *PayLater* yang mana benda yang diinginkan bisa dibeli sekarang dan bayar nanti.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Sufyati HS & Alvi Lestari (2022); Nurfikri & Jahrizal (2019); Insana & Johan (2021): Memperoleh hasil bahwa tinggi Literasi keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* secara sedang/moderat dan berat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

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

1. Hasil menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *PayLater* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Hasil menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap *PayLater* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Hasil menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *PayLater* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Hasil menunjukkan bahwa Literasi keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif berpengaruh sedang/moderat dan berat terhadap penggunaan *PayLater* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan dan dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa disarankan untuk selalu meningkatkan pengetahuan mengenai Literasi keuangan, Gaya Hidup dan perilaku konsumtif agar dapat bersikap bijak dan menentukan pilihan secara baik serta mengendalkikan diri dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi pembayaran *PayLater*

secara bijak .

2. Universitas sebagai lembaga pendidikan diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam memahami karakteristik mahasiswa terutama pada proses pendewasaan, dengan pembelajaran di kampus akan memiliki kesejahteraan hidup yang lebih tinggi. Peran dosen dan universitas sangat penting untuk mengedukasi dan meningkatkan pembelajaran serta membuka wawasan mahasiswa.
3. Penelitian ini hanya fokus menganalisis pada Literasi keuangan, Gaya Hidup dan perilaku konsumtif terhadap *PayLater*. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan sampel dan berbagai variabel lain seperti factor factor lain yang mendukung seseorang menggunakan *PayLater* seperti tingkat sosial, lingkungan pertemanan yang kemungkinan berpengaruh juga terhadap *PayLater*. Penelitian ini hanya menggunakan sample pada satu fakultas dan satu stambuk universitas saja sehingga kemungkinan akan berbeda jika penelitian dilakukan di tempat lain.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah:

1. Objek pada penelitian ini terbatas pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU stambuk 2019 dan terkhusus pengguna *PayLater*, sehingga dimungkinkan adanya perbedaan hasil, pembahasan ataupun kesimpulan untuk objek penelitian yang berbeda serta hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk mahasiswa secara keseluruhan.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui

kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena perbedaan anggapan dan pemahaman tiap responden serta faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

3. Adanya keterbatasan peneliti dalam memperoleh sampel yang peneliti gunakan hanya 86 responden sedangkan masih banyak mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Ansong, A., & Gyensare, M. A. (2012). Determinants of University Working-Students' Financial Literacy at the University of Cape Coast, Ghana. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 126–133. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n9p126>
- Anugrahati, R. D. S. (2014). Gaya Hidup Sebagai Shopaholic sebagai bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Yogyakarta. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 4(3), 262–274.
- Ardila, I., Febriaty, H., & Astuti, R. (2021). No Title. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(201–210).
- Aria, P. (2019). *Pahami Risiko PayLater, Fitur Penggoda Milenial Berbelanja*. Katadata.Co.Id.
- Aristanti, N. D. (2020). *PayLater, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja! Koin Works*. <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>. 14 April 2022.
- Brigham, E. F. (2018). *Dasar-dasar manajemen keuangan* (edisi 14). Salemba Empat.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach To Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Cleopatra, M. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 5(2), 168–181. <https://doi.org/10.30998/formatif.v5i2.336>
- Cresswell, J. W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Denziana. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 67–98.
- Destianata, C. R., & Lutfi, L. (2019). Pengaruh Literasi dan Pengalaman Keuangan terhadap Penggunaan Kartu Kredit Pekerja di Banyuwangi. *Journal of Business & Banking*, 6(2), 69–82. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.730>
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.

- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P. W. (2015). *Consumer Behavior, 8th d.* The Dryden Press.
- Fardhani, P. ., & Izzati, U. . (2013). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas IX SMA Trimurti Surabaya). *Jurnal Character, 1*(2), 1–7.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics, 1*(1), 76–86.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora, 4*(2), 23–35.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). California: Sage Publications.
- Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna *PayLater* Mahasiswa di Surabaya. *Commercium, 4*(1), 19–32.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi : Jurnal Ekonomi, 17*(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Ismanto, H. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan* (cetakan pe). Deepublish.
- Jogiyanto, H. M. (2014). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis.* Andi.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature, 52*(1), 5–44.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2013). *Sumber Daya Manusia Perusahaan.* Remaja Rosdakarya.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip, 4*(1), 1–15.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). Analisis Personal Financial Liteacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara (Personal Financial literacy Analysis And The Financial Behavior Of Undergraduate Students Of The University Of North Sumatra"s Econo. *Media*



*Informasi Manajemen*, 1(1), 1–16.

Nurfikri, A., & Jahrizal. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Teknologi Terhadap Sikap dan Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Pada Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru. *Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 242–257.

Nurhab, M. I. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 255–274.

Nustini, Y., & Fadhillah, N. (2020). Factors that Influence the Use of e-Banking and the Effect on Consumptivism. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9(1), 330–345.

Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.

Plumer, J. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37.

Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.

Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 9986 (September), 401–406.

Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee *PayLater*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 158–167.

Putri, S. D., & Mulatsih, L. S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Fintech Paymanet (*PayLater*) pada Shopee. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 1–9.

Rachman, F. (2022). *Apa itu Sistem Pembayaran Paylater? Pelajari Dulu Sebelum Menggunakan*. Tempo.Co.

- Rahardyan, A. (2022). *Paylater Berpotensi Tumbuh di Indonesia, Kredivo Sebutkan 3 Faktor*. Bisnis.Com.
- Rahma, E. (2021). *Fenomena Pembayaran Paylater Yang Perlu Kita Pahami*. Marketeers.
- Ramadhani, N. (2020). *Sering Pakai Fitur Paylater? Perhatikan Hal Berikut Sebelum Keseringan*. Akseleran.
- Reinhard, K. (2017). *Manajemen Public Relations*. Pustaka.
- Rinati, A. E. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2021.
- Rogers, E. M. (2016). *Communication in Organizations*. A Division of. Macmillan Publishing Co. Inc.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *PayLater* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*.
- Schiffman, L. G. (2010). *Consumer behavior : global edition, 10 th ed*. Pearson.
- Sufyati HS, & Alvi Lestari. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sumardjo, M., & Priansa, D. J. (2018). *Manajemen Pengembangan Sumberdaya Manusia Konsep-Konsep Kunci* (1st ed.). Alfabeta.
- Sumartono. (2012). *Terperangkap Dalam Iklan*. Alfabeta.
- Surmawan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W. (2018). *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Raja Grafindo.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jibeka*, 7, 1–6.
- Tambingon, J., Tasik, F. C. M., & Purwanto, A. (2016). Universitas Sam Ratulangi Di Kota Manado Joulanda Tambingon. *Jurnal Administrasi Publik*, 43(1), 1–17.

Zuhriyah, D. (2020). Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Persepsi Terhadap Iklan Produk Wardah pada Mahasiswi Uin Raden Intan Lampung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), 114–125.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Perkenankan saya (Nabilah Fatin) meminta kesediaan teman-teman untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul

“Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap penggunaan Pay Later (Studi kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)”.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terimakasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Mei 2023

Penulis



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

## DATA RESPONDEN

Nama Responden :  
Stambuk :  
Jenis Kelamin :  
Lama Penggunaan *PayLater* :

### Skala Penelitian

Berikan tanda Centang (✓) pada kolom pilihan yang sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan:

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

### 1. Stambuk

a. 2019

### 2. Usia

a. 20  
b. 21  
c. 22  
d. 23

### 3. Jenis Kelamin

a. Laki-Laki  
b. Perempuan



# UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**4. Dari mana sumber uang saku anda?**

- a. Orang tua
- b. Bekerja
- c. Orang tua dn Bekerja

**5. Berapa kali menggunakan *PayLater*?**

- a. 1-5
- b. 5-10
- c. >10

**6. Nominal yang sering transaksi menggunakan *PayLater*?**

- a. < Rp.50.000,00
- b. Rp.50.000,00 – Rp.300.000,00
- c. > Rp.300.000,00

**7. Berapa rata-rata biaya pengeluaran anda tiap bulannya?**

- a. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1,000.000 – Rp. 1.500.000
- c. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
- d. > Rp. 2.000.000

**8. Berapa besar pendapatan anda tiap bulannya?**

- a. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1,000.000 – Rp. 1.500.000
- c. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
- d. > Rp. 2.000.000

Unggul | Cerdas | Terpercaya

## BAB VIKUESIONER

### 1. Literasi Keuangan

| No  | General Personal finance  | SS | S | KS | TS | STS |
|-----|---|----|---|----|----|-----|
| 1.  | Saya selalu menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari.                  |    |   |    |    |     |
| 2.  | Saya memperoleh uang saku bulanan dari orang tua.   |    |   |    |    |     |
| 3.  | Saya menjual suatu produk/bekerja untuk memperoleh tambahan penghasilan.  |    |   |    |    |     |
| 4.  | Saya tetap mencatat setiap pengeluaran keuangan.  |    |   |    |    |     |
| 5.  | Saya menggunakan uang sesuai perencanaan keuangan harian.   |    |   |    |    |     |
| 6.  | Saya dapat menerapkan ilmu pengetahuan saya dalam pencatatan keuangan pribadi.                                      |    |   |    |    |     |
|     |   |    |   |    |    |     |
| No  | Saving and borrowing  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1.  | Saya tetap menyisihkan uang untuk ditabung melalui bank atau disimpan sendiri (manual).                             |    |   |    |    |     |
| 2.  | Saya berusaha membuat cadangan atau persiapan untuk pengeluaran lainnya.  |    |   |    |    |     |
|     |   |    |   |    |    |     |
| No  | Insurance   | SS | S | KS | TS | STS |
| 1.  | Saya menyadari kebutuhan asuransi kesehatan, Keselamatan dan pendidikan.  |    |   |    |    |     |
| 2.  | Saya menyisihkan uang saya setiap bulan untuk asuransi.   |    |   |    |    |     |
|     |   |    |   |    |    |     |
| No. | Investasi   | SS | S | KS | TS | STS |
| 1.  | Saya Mengetahui tujuan perencanaan keuangan untuk terlepas dari kesulitan keuangan.                                 |    |   |    |    |     |
| 2.  | Saya selalu merencanakan program menabung/investasi secara teratur setiap bulan nya untuk mencapai tujuan tertentu. |    |   |    |    |     |

## 2. Gaya Hidup

| No | Aktivitas  | SS | S | KS | TS | STS |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1. | Saya tetap menggunakan barang yang saya punya, dari pada harus membeli barang yang baru walaupun terlihat menarik. |    |   |    |    |     |
| 2. | Saya memanfaatkan apa yang ada untuk meminimalisir pengeluaran.  |    |   |    |    |     |
|    |  |    |   |    |    |     |
| No | Minat  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Saya dapat memilah dan memilih barang yang menarik untuk dibeli.   |    |   |    |    |     |
| 2. | Saya selalu membeli suatu barang yang berguna untuk kedepannya.  |    |   |    |    |     |
|    |  |    |   |    |    |     |
| No | Pandangan seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain   | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Saya tidak mudah tertarik untuk membeli barang yang menjadi trend fashion saat ini.                                |    |   |    |    |     |
| 2. | Saya dapat membandingkan harga produk ditoko manapun.  |    |   |    |    |     |
|    |  |    |   |    |    |     |
| No | Karakter-karakter dasar  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Lingkungan dapat mempengaruhi saya dalam membentuk karakter-karakter dasar.  |    |   |    |    |     |
| 2. | Pendidikan dapat mempengaruhi saya dalam membentuk karakter-karakter dasar.  |    |   |    |    |     |
|    |  |    |   |    |    |     |



### 3. Perilaku Konsumtif

| No | Pembelian Implusif  | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1. | Saya selalu mengontrol diri untuk tidak membeli produk hanya karena barang yang menarik.  |    |   |    |    |     |
| 2. | Saya dapat memilah dan memilih barang agar tidak tergesa-gesa dalam membeli barang yang menarik.  |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |
| No | Pembelian secara tidak rasional   | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Saya tidak mudah tertarik untuk membeli suatu barang hanya karena iming-iming diskon.   |    |   |    |    |     |
| 2. | Terkadang saya mudah tergiur untuk membeli barang karena tertarik atau mengidolakan model yang Mengiklankannya  |    |   |    |    |     |
| No | Pemborosan  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Saya lebih memilih untuk makan bekal yang disediakan orang tua atau catering dibandingkan untuk makan diluar hanya karena gengsi yang akan terjadi pemborosan nantinya. |    |   |    |    |     |
| 2. | Saya sering menyisihkan uang untuk membeli keperluan pribadi dan beberapa barang keinginan yang sudah direncanakan sebelumnya.  |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |

#### 4. Pay later

| No | Bayar nanti   | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1. | Sitem bayar nanti mempermudah belanja online ketika mendesak.   |    |   |    |    |     |
| 2. | Sistem bayar nanti bisa dibayar di saat gaji  |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |
| No | Kepuasan  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Paylater memberikan kepuasan tersendiri karena terdapat banyak diskon   |    |   |    |    |     |
| 2. | Kepuasan berupa kemudahan dalam melakukan transaksi   |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |
| No | Kemudahan   | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Kemudahan Transaksi disaat mendesak   |    |   |    |    |     |
| 2. | Kemudahan pembayaran di awal bulan saat gaji.   |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |
| No | Jaminan keamanan  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Jaminan keamanan transaksi dan data pengguna karena sudah diawasi oleh OJK  |    |   |    |    |     |
| 2. | Enkripsi data, sistem keamanan berupa notifikasi login, 2 factor authentication, hingga kode OTP, yang mampu menjamin tidak ada pihak luar yang mampu mengakses data ataupun akun paylater tanpa izin |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |
| No | Cashback  | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Cashback besar besaran untuk pengguna Paylater.   |    |   |    |    |     |
| 2. | Tawaran cash back dan promo menarik khusus transaksi menggunakan paylater   |    |   |    |    |     |
|    |   |    |   |    |    |     |
| No | Kecepatan   | SS | S | KS | TS | STS |
| 1. | Transaksi dengan sekali klik  |    |   |    |    |     |
| 2. | Transaksi dimana saja dan kapan saja  |    |   |    |    |     |

## TABULASI DATA KUESIONER

### Pertanyaan Dasar

| Nomor Responden | X1.1 | X1.2 | X1.3    | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 |
|-----------------|------|------|---------|------|------|------|------|
| 1               | 21   | lk   | org tua | a    | a    | b    | b    |
| 2               | 21   | lk   | org tua | a    | b    | c    | c    |
| 3               | 21   | lk   | org tua | a    | b    | c    | c    |
| 4               | 21   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 5               | 21   | pr   | org tua | a    | b    | c    | d    |
| 6               | 22   | pr   | org tua | a    | b    | d    | d    |
| 7               | 21   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 8               | 22   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 9               | 22   | pr   | org tua | a    | b    | c    | d    |
| 10              | 21   | pr   | org tua | a    | b    | c    | d    |
| 11              | 22   | pr   | org tua | a    | c    | b    | b    |
| 12              | 22   | pr   | org tua | a    | b    | c    | d    |
| 13              | 22   | pr   | org tua | a    | b    | c    | d    |
| 14              | 22   | pr   | org tua | a    | b    | c    | d    |
| 15              | 21   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 16              | 22   | lk   | org tua | a    | c    | b    | b    |
| 17              | 22   | lk   | bekerja | a    | b    | c    | d    |
| 18              | 21   | pr   | org tua | a    | a    | a    | b    |
| 19              | 22   | lk   | org tua | a    | a    | a    | b    |
| 20              | 23   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 21              | 21   | lk   | org tua | a    | b    | b    | c    |
| 22              | 21   | lk   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 23              | 23   | pr   | org tua | a    | b    | b    | c    |
| 24              | 22   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 25              | 22   | pr   | org tua | a    | b    | b    | b    |
| 26              | 21   | lk   | org tua | a    | c    | b    | b    |
| 27              | 22   | lk   | org tua | a    | b    | b    | c    |

|    |    |    |         |   |   |   |   |
|----|----|----|---------|---|---|---|---|
| 28 | 21 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 29 | 22 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 30 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 31 | 21 | pr | org tua | a | b | b | d |
| 32 | 21 | pr | org tua | a | a | b | b |
| 33 | 21 | pr | org tua | a | a | b | d |
| 34 | 20 | pr | org tua | a | b | b | d |
| 35 | 21 | pr | org tua | a | b | b | d |
| 36 | 21 | pr | bekerja | a | b | b | b |
| 37 | 23 | pr | org tua | a | b | a | b |
| 38 | 21 | pr | org tua | a | b | b | d |
| 39 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 40 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 41 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 42 | 21 | pr | org tua | a | c | a | c |
| 43 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 44 | 21 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 45 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 46 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 47 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 48 | 21 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 49 | 21 | pr | bekerja | a | b | b | c |
| 50 | 21 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 51 | 21 | pr | org tua | a | a | b | b |
| 52 | 21 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 53 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 54 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 55 | 21 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 56 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 57 | 21 | lk | org tua | a | b | b | c |
| 58 | 21 | pr | org tua | a | b | b | c |

|    |    |    |         |   |   |   |   |
|----|----|----|---------|---|---|---|---|
| 59 | 20 | pr | org tua | a | c | b | c |
| 60 | 21 | pr | org tua | a | b | c | b |
| 61 | 22 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 62 | 21 | pr | bekerja | a | b | b | b |
| 63 | 22 | pr | org tua | a | a | b | b |
| 64 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 65 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 66 | 21 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 67 | 22 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 68 | 22 | pr | org tua | a | b | b | d |
| 69 | 21 | pr | org tua | a | b | b | c |
| 70 | 23 | lk | org tua | a | b | c | b |
| 71 | 21 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 72 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 73 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 74 | 21 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 75 | 22 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 76 | 21 | lk | org tua | a | b | b | d |
| 77 | 22 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 78 | 21 | lk | org tua | a | b | b | b |
| 79 | 22 | pr | org tua | a | c | b | b |
| 80 | 22 | pr | org tua | a | c | d | b |
| 81 | 21 | pr | org tua | a | c | d | b |
| 82 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 83 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 84 | 21 | pr | org tua | a | b | b | d |
| 85 | 21 | pr | org tua | a | b | b | b |
| 86 | 22 | lk | bekerja | a | a | b | b |

## Literasi Keuangan

| Nomor Responden | X1. 1 | X1. 2 | X1. 3 | X1. 4 | X1. 5 | X1. 6 | X1. 7 | X1. 8 | X1. 9 | X1. 10 | X1. 11 | X1. 12 | Skor Total X1 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|---------------|
| 1               | 3     | 4     | 3     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 3     | 3      | 3      | 4      | 44            |
| 2               | 5     | 4     | 4     | 5     | 4     | 3     | 5     | 4     | 5     | 4      | 5      | 4      | 52            |
| 3               | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4      | 5      | 5      | 54            |
| 4               | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 4      | 4      | 3      | 43            |
| 5               | 5     | 5     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 5      | 4      | 4      | 55            |
| 6               | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4      | 5      | 5      | 54            |
| 7               | 3     | 4     | 3     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 3     | 4      | 4      | 4      | 44            |
| 8               | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2      | 2      | 1      | 23            |
| 9               | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 5     | 5     | 5      | 5      | 5      | 56            |
| 10              | 5     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4      | 4      | 5      | 53            |
| 11              | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 3      | 3      | 4      | 41            |
| 12              | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4      | 5      | 4      | 51            |
| 13              | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3      | 4      | 3      | 38            |
| 14              | 2     | 3     | 2     | 3     | 3     | 2     | 3     | 2     | 3     | 2      | 3      | 2      | 30            |
| 15              | 4     | 4     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 4     | 4      | 3      | 3      | 40            |
| 16              | 5     | 3     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4      | 3      | 4      | 50            |
| 17              | 4     | 4     | 3     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 3     | 4      | 4      | 3      | 43            |
| 18              | 5     | 3     | 3     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4      | 5      | 4      | 49            |
| 19              | 4     | 5     | 4     | 3     | 4     | 5     | 4     | 4     | 3     | 5      | 4      | 4      | 49            |
| 20              | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 49            |
| 21              | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4      | 5      | 5      | 53            |
| 22              | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 48            |
| 23              | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3      | 4      | 3      | 39            |
| 24              | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 3     | 4     | 5     | 4      | 3      | 4      | 49            |
| 25              | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4      | 4      | 5      | 51            |
| 26              | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 49            |
| 27              | 5     | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 5      | 5      | 4      | 56            |
| 28              | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2      | 2      | 2      | 24            |
| 29              | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4      | 5      | 4      | 54            |
| 30              | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 48            |
| 31              | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3      | 3      | 3      | 36            |
| 32              | 4     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3      | 4      | 4      | 45            |
| 33              | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3      | 4      | 3      | 39            |
| 34              | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 4      | 3      | 4      | 45            |
| 35              | 5     | 5     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 5     | 5      | 4      | 4      | 54            |
| 36              | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3      | 3      | 4      | 39            |
| 37              | 4     | 3     | 2     | 3     | 4     | 3     | 2     | 3     | 4     | 3      | 2      | 3      | 36            |
| 38              | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5      | 4      | 4      | 51            |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 23 |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| 42 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 45 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 56 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 49 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 33 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 52 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 40 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 45 |
| 54 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 55 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 53 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 57 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 65 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 66 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 29 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 45 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 69 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 56 |
| 70 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 72 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 53 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 43 |
| 75 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 43 |
| 76 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 77 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 55 |
| 78 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 79 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 28 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 80 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 81 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 55 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 85 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 50 |
| 86 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 43 |



# UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya





|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 32 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 35 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 37 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 38 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 17 |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 35 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 49 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 52 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 53 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 54 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 28 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 60 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 65 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 66 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 19 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 69 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 70 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 71 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 72 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 76 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 77 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 78 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 79 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 18 |
| 80 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 81 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 84 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 85 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27 |
| 86 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 29 |

### Perilaku Konsumtif

| Nomor Responden | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | Skor total X3 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|---------------|
| 1               | 4    | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 26            |
| 2               | 5    | 3    | 5    | 5    | 4    | 3    | 25            |
| 3               | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 26            |
| 4               | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 21            |
| 5               | 4    | 3    | 5    | 4    | 5    | 4    | 25            |
| 6               | 3    | 4    | 5    | 3    | 4    | 4    | 23            |
| 7               | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 22            |
| 8               | 3    | 2    | 3    | 2    | 2    | 3    | 15            |
| 9               | 3    | 3    | 4    | 5    | 4    | 4    | 23            |
| 10              | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 26            |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 11 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 12 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 13 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 14 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| 15 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 16 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 21 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 23 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 25 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 28 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 32 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 35 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 37 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 38 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 11 |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 42 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| 44 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 45 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 46 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 49 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 51 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 52 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 54 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 55 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 14 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 65 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 66 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 16 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 68 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 70 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 22 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 79 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 83 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 85 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |

*PayLater*

| Nomor Responden | Y 1.1 | Y 1.2 | Y 1.3 | Y 1.4 | Y 1.5 | Y 1.6 | Y 1.7 | Y 1.8 | Y 1.9 | Y 1.10 | Y 1.11 | Y 1.12 | Skor total Y1 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|---------------|
| 1               | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 4      | 3      | 4      | 46            |
| 2               | 5     | 4     | 4     | 5     | 4     | 3     | 5     | 4     | 5     | 4      | 5      | 4      | 52            |
| 3               | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5      | 5      | 5      | 60            |
| 4               | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 4      | 4      | 3      | 42            |
| 5               | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5      | 4      | 4      | 51            |
| 6               | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4      | 5      | 5      | 54            |
| 7               | 3     | 4     | 3     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 3     | 4      | 4      | 4      | 44            |
| 8               | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 1     | 2     | 2      | 2      | 1      | 22            |
| 9               | 5     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 5     | 5     | 5      | 5      | 5      | 58            |
| 10              | 5     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4      | 4      | 5      | 53            |
| 11              | 3     | 3     | 4     | 4     | 3     | 3     | 4     | 4     | 3     | 3      | 4      | 4      | 42            |
| 12              | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4      | 5      | 4      | 51            |
| 13              | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3      | 4      | 3      | 38            |
| 14              | 2     | 2     | 2     | 3     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | 2      | 2      | 2      | 25            |
| 15              | 4     | 4     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 4     | 4      | 3      | 3      | 40            |
| 16              | 5     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4      | 4      | 4      | 52            |
| 17              | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4     | 4     | 3     | 4     | 4      | 4      | 3      | 45            |
| 18              | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 4      | 5      | 4      | 52            |
| 19              | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5      | 4      | 4      | 51            |
| 20              | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 49            |
| 21              | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 5     | 5     | 4     | 4      | 5      | 5      | 53            |
| 22              | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 48            |
| 23              | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3     | 4     | 3     | 3     | 3      | 4      | 3      | 39            |
| 24              | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 3     | 4     | 5     | 4      | 3      | 4      | 49            |
| 25              | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4      | 4      | 5      | 51            |
| 26              | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 5     | 4     | 4     | 4     | 4      | 4      | 4      | 49            |
| 27              | 5     | 5     | 5     | 4     | 4     | 5     | 5     | 4     | 5     | 5      | 5      | 4      | 56            |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 28 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 54 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 32 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 45 |
| 35 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 54 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 37 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 36 |
| 38 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 51 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 23 |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| 42 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 52 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 45 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 56 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 49 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 33 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 52 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 40 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 45 |
| 54 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 55 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 25 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 53 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 57 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 59 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 51 |
| 65 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 66 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 29 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 45 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 69 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 56 |
| 70 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 39 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 72 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 54 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 43 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 76 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 77 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 |
| 78 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| 79 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 24 |
| 80 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 81 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 55 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 85 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 41 |
| 86 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 44 |



**PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN**

No. Agenda: 1865/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/20/11/2021

Kepada Yth.  
**Ketua Program Studi Manajemen**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di Medan

Medan, 20/11/2021

Dengan hormat.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nabilah Fatin  
NPM : 1805160373  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : KEUANGAN

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : 1. Trend inverstasi  
2. Resiko investasi yang tidak sistematis  
3. Krisis finansial global  
4. Naiknya kurs dolar  
5. Permintaan pasar yang tinggi terhadap saham

Rencana Judul : 1. Pengaruh Kurs Rupiah Terhadap Return Saham  
2. Pengaruh Inflasi, Kurs Rupiah, Dan Suku Bunga Terhadap Return Saham  
3. Pengaruh Kurs Rupiah Terhadap Return Saham Dengan Profitabilitas

Objek/Lokasi Penelitian : Perusahaan Pertambangan Di Idx

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya  
Permohon



(Nabilah Fatin)




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

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

**PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN**

Nomor Agenda: 1865/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/20/11/2021

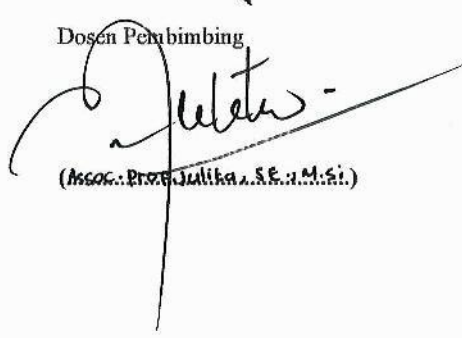
Nama Mahasiswa : Nabilah Fatin  
NPM : 1805160373  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : KEUANGAN  
Tanggal Pengajuan Judul : 20/11/2021  
Nama Dosen Pembimbing\*) : Julita, SE., M.Si  = 1/12/2021  
Judul Disetujui\*\*) : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Pay Later

Disahkan oleh:  
Ketua Program Studi Manajemen

  
(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si.)

Medan, 13 September 2022

Dosen Pembimbing

  
(Assoc. Prof. Julita, SE., M.Si.)

Keterangan:

\*) Diisi oleh Pimpinan Program Studi

\*\*) Diisi oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembar ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Stripa"



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

[feb@umsu.ac.id](mailto:feb@umsu.ac.id)

[umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN)

[umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Etika menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 2731 /IL.3-AU/UMSU-05/ F / 2022  
Lampiran :  
Perihal : **IZIN RISET PENDAHULUAN**

Medan, 16 Shafar 1444 H  
13 September 2022 M

Kepada Yth.  
**Bapak / Ibu Pimpinan  
Wakil Rektor UMSU  
Jln.Muchtar Basri No.3 Medan  
Di tempat**

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di **Perusahaan / Instansi** yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program **Studi Strata Satu ( S-1 )**

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

**Nama : Nabilah Fatin**  
**Npm : 1805160373**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Semester : VIII (Delapan)**  
**Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Pay Later Studi kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019**

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb



Dekan

**H. JANURI, SE.,MM.,M.Si.**  
**NIDN : 0109086502**

**Tembusan :**  
1. Pertinggal





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

[feb@umsu.ac.id](mailto:feb@umsu.ac.id)

[f umsumedan](https://www.facebook.com/umsu.medan)

[@ umsumedan](https://www.instagram.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

[umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING  
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

**NOMOR : 2731 / TGS / IL3-AU / UMSU-05 / F / 2022**

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

**Program Studi : Manajemen**

**Pada Tanggal : 9/13/2022**

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

**Nama : Nabilah Fatin**

**N P M : 1805160373**

**Semester : VIII (Delapan)**

**Program Studi : Manajemen**

**Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Pay Later Studi kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019**

**Dosen Pembimbing : Assoc.Prof.Julita,SE.,M.Si.**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi** dinyatakan " **BATAL** " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : **13 September 2023**
4. Revisi Judul.....

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Ditetapkan di : Medan  
Pada Tanggal : 16 Shafar 1444 H  
13 September 2022 M



Dekan

**H. JANURI, SE.,MM.,M.Si.**

**NIDN : 0109086502**

**Tembusan :**

1. Pertinggal





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**( UMSU )**

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id>

[rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

[umsu](#)

[umsu](#)

[umsu](#)

[umsu](#)

Nomor : 3640/II.3-AU/UMSU/F/2022  
Lamp. : -  
Hal : **Izin Riset**

17 Shafar 1444 H  
14 September 2022 M

Kepada Yth :  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**  
di-  
**Medan.**

*Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh*

Dengan hormat, teriring salam dan do'a semoga Saudara dan jajaran selalu berada dalam naungan Allah SWT. Dan dimudahkan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin.


Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 2731II.3-AU/UMSU-05/F/2022 tanggal 13 September 2022 perihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan izin Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut:

Nama : **Nabilah Fatin**  
NPM : 1805160373  
Jurusan : Manajemen  
Semester : VIII (Delapan)  
Judul : **Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Pay Later Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Eknomi dan Bisnis UMSU Stambuk 2019**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



  
Prof. Dr. **Muhammad Arifin, S.H., M.Hum**  
NIP: 195701131987031002

**Tembusan :**

1. Bapak Rektor sebagai laporan;
2. Yang bersangkutan
3. Peringgal.



## **SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nabilah Fatin  
NPM : 1805160373  
Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan *Pay Later* (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
  - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
  - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjakkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 20 September 2022  
Pembuat Pernyataan



**NABILAH FATIN**

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Nabilah Fatin  
NPM : 1805160373  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Julita, SE., M.Si  
Judul Penelitian : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan *Pay Later* (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)

| Item                                  | Hasil Evaluasi   | Tanggal | Paraf Dosen |
|---------------------------------------|--|---------|-------------|
| Bab 1                                 | Prorata :<br>- Rumus Masalah<br>- Lembar Kerja<br>- Tabel                          | 24/7/22 |             |
| Bab 2                                 | Kumpulan Teori secara keseluruhan dengan topik atau variabel penelitian            | 24/7/22 |             |
| Bab 3                                 | - Definisi Operasional - populasi & sampel<br>- Pengumpulan data - Teknik analisis | 15/8/22 |             |
| Daftar Pustaka                        | Mendeley (Tahun, Bulan, Tanggal, Penulis)  | 26/8/22 |             |
| Instrumen Pengumpulan Data Penelitian | - Interview & Quis (Data primer)   | 3/9/22  |             |
| Persetujuan Seminar Proposal          | Gap direvisasi dan Aee untuk seminar proposal.                                     | 18/9/22 |             |

Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi

Medan, 18 September 2022  
Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing

Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si

Assoc. Prof. Julita, SE., M.Si

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN**

Pada hari ini Jumat, 23 September 2022 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

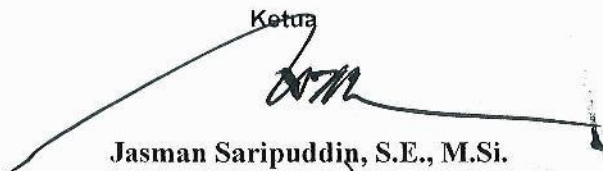
**N a m a** : Nabilah Fatin  
**N .P.M.** : 1805160373  
**Tempat / Tgl.Lahir** : Medan, 16Juni 1999  
**Alamat Rumah** : Jalan Bajak 1 no.17-A Medan  
**JudulProposal** : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Pay Later (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)

Disetujui / tidak disetujui \*)

| Item       | Komentar   |
|------------|--|
| Judul      | Spasi  |
| Bab I      | Data Pay Later, Batasan masalah, Latar belakang.                             |
| Bab II     | Pengantar dan Penutup Pay Later, Paradigma penelitian & kerangka konseptual. |
| Bab III    | Analisis data  |
| Lainnya    |  |
| Kesimpulan | <input type="checkbox"/> Lulus<br><input type="checkbox"/> Tidak Lulus       |

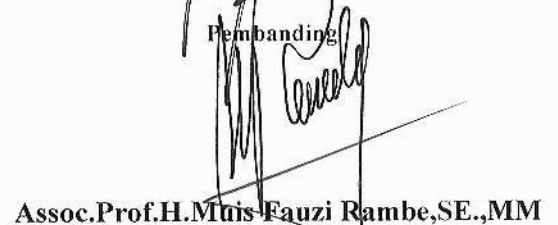
Medan, Jumat, 23 September 2022

**TIM SEMINAR**

Ketua  
  
 Jasman Saripuddin, S.E., M.Si.

Pembimbing  
  
 Assoc. Prof. Julita, SE., M.Si.







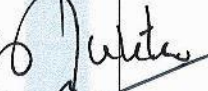
Sekretaris  
  
 Assoc. Prof. Dr. Jufrizen, SE., M.Si.

Pembanding  
  
 Assoc. Prof. H. Muis Fauzi Rambe, SE., MM



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Nabilah Fatin  
 NPM : 1805160373  
 Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Julita, SE, M.Si  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Manajemen Keuangan  
 Judul Penelitian : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Paylater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)

| Item                          | Hasil Evaluasi  | Tanggal  | Paraf Dosen   |
|-------------------------------|---|----------|---|
| Bab 1                         | Perbaiki<br>- LBM (data, Grafik)<br>- Rumus                     | 10/3/23  |    |
| Bab 2                         | Uraikan tem subvaks dengan Topik<br>Judul dan Variabel peneliti | 10/3/23  |   |
| Bab 3                         | - Teknik analisis data<br>- Pengolah data                       | 15/04/23 |  |
| Bab 4                         | Pembahasan deskripsi dan<br>subvaks dgn sub 2 jmlah             | 15/04/23 |  |
| Bab 5                         | Sederhanakan kerangka<br>menyusun angka                         | 17/04/23 |  |
| Daftar Pustaka                | Mendeley  | 17/04/23 |  |
| Persetujuan Sidang Meja Hijau | Siap diproses dan Ace diproses<br>Kerangka meja hijau           | 18/05/23 |  |

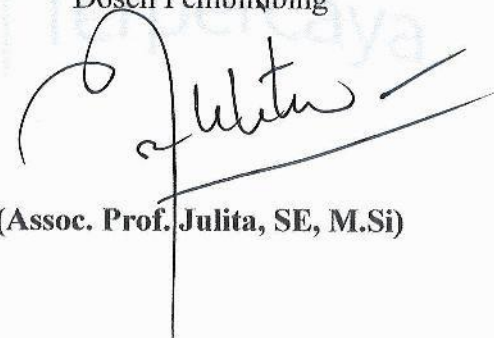
Diketahui oleh:  
Ketua Program Studi



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

Medan, 18 Mei 2023

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing



(Assoc. Prof. Julita, SE, M.Si)



**PENGESAHAN PROPOSAL**

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari **Jumat, 23 September 2022** menerangkan bahwa:

Nama : Nabilah Fatin  
N .P.M. : 1805160373  
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 16 Juni 1999  
Alamat Rumah : Jalan Bajak 1 no.17-A Medan  
Judul Proposal : Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Pay Later (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019)

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : *Assoc.Prof.Julita, SE.,M.Si.*

Medan, Jumat, 23 September 2022

TIM SEMINAR


Ketua

  
Jasman Saripuddin, SE., M.Si.

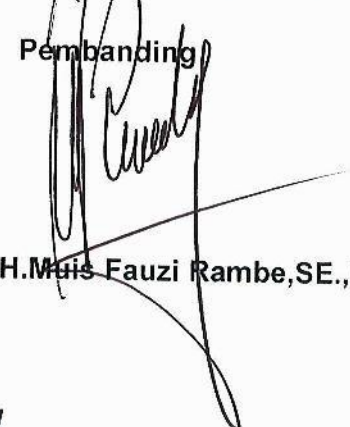
Sekretaris

  
Assoc. Prof. Dr. Jufrizen, SE., M.Si.


Pembimbing

  
Assoc. Prof. Julita, SE., M.Si.

Pembanding

  
Assoc. Prof. H. Muis Fauzi Rambe, SE., MM

Diketahui / Disetujui  
A.n. Dekan  
Wakil Dekan I

  
Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.  
NIDN : 0105087601



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

[feb@umsu.ac.id](mailto:feb@umsu.ac.id)

[umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

Nomor : 1221 /II.3-AU/UMSU-05/F/2023  
Lamp. : -  
Hal : **MENYELESAIKAN RISET**

Medan, 28 Syawal 1444 H  
19 Mei 2023 M

Kepada Yth.  
**Bapak / Ibu Pimpinan**  
**Wakil Rektor UMSU**  
**Di**  
**Tempat**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan Mahasiswa kami akan menyelesaikan Studinya, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan pada Mahasiswa kami melakukan Riset di **Perusahaan/Instansi** yang Bapak/Ibu pimpin, guna untuk *melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV - V*, dan setelah itu Mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan Surat Keterangan Telah Selesai Riset dari Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpin, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian **Program Studi Strata Satu ( S1 )** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan :

Adapun Mahasiswa tersebut adalah :

Nama : **Nabilah Fatin**  
N P M : **1805160373**  
Semester : **X (Eks)**  
Jurusan : **Manajemen**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Paylater Studi kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019.**

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Dekan

**Dr.H. JANURI, SE., MM., M.Si.**  
**NIDN : 0109086502**

**Tembusan :**

1. Pertinggal





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id>

[rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

[umsu](https://www.facebook.com/umsu)

[umsu](https://www.instagram.com/umsu)

[umsu](https://www.tiktok.com/@umsu)

[umsu](https://www.youtube.com/umsu)

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 1632KET/II.3-AU/UMSU/F/2023

*Bismillahirrahmanirrahim*

Pimpinan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Nabilah Fatin**  
NPM : 1805160373  
Semester : X (Eks)  
Jurtusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis UMSU

**Benar** yang bersangkutan telah melaksanakan Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dengan **Judul Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Pneggunaan Paylater Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019**

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 29 Syawal 1444 H  
20 Mei 2023 M



**Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum**  
NIP. 195701131987031002

*C.c. File*





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tenggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id>

[rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

[umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.tiktok.com/@umsu.medan)

[umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

## SURAT KETERANGAN

Nomor : 1632KET/IL3-AU/UMSU/F/2023

*Bismillahirrahmanirrahim*

Pimpinan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Nabilah Fatin**  
NPM : 1805160373  
Semester : X (Eks)  
Jurtusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis UMSU

**Benar** yang bersangkutan telah melaksanakan Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dengan **Judul Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Terhadap Pneggunaan Paylater Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2019**

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 29 Syawal 1444 H  
20 Mei 2023 M



**Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum**  
NIP: 195701131987031002

*C.c. File*

