

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *POCKET MONEY* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP *CONSUMTIVE BEHAVIOUR* PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

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



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

NAMA : RIZKY ADIHTYA
NPM : 1805160315
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

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



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 23 Agustus 2022, Pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : RIZKY ADIHTYA
N P M : 1805160315
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : *PENGARUH LIFESTYLE, POCKET MONEY DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP CONSUMTIVE BEHAVIOUR PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA*

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

TIM PENGUJI

Penguji I

(Assoc. Prof. Dr. FRIZEN, S.E., M.Si.)

Penguji II

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

Pembimbing

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

Ketua

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

Sekretaris



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



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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI


Skripsi ini disusun oleh:

Nama : RIZKY ADIHTYA
N P M : 1805160315
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : *PENGARUH LIFESTYLE, POCKET MONEY, DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP CONSUMTIVE BEHAVIOUR PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA*

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam Ujian Mempertahankan skripsi.

Medan, 9 Agustus 2022


Pembimbing Skripsi


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

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU


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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU


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





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

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

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Rizky Adihtya
N.P.M : 1805160315
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Nama Dosen Pembimbing : Assoc.Prof.Julita, S.E., M.Si
Judul Penelitian : Pengaruh *Lifestyle, Pocket Money Dan Financial Literacy Terhadap Consumptive Behaviour Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

| Item | Hasil Evaluasi | Tanggal | Paraf Dosen |
|-------------------------------|---|---------|-------------|
| Bab 1 | Prabalis - Data / kutipan untuk penguatan LBM | 7/6/22 | |
| Bab 2 | Berils. kutipan teori & jurnal. sesuai dengan topik / judul | 7/6/22 | |
| Bab 3 | - populasi & sampel - Analisis Data - Definisi Operasional. | 10/7/22 | |
| Bab 4 | - Berils penguatan Teori & jurnal dalam pembuktian - simpulan dgn teori yg terben. | 12/7/22 | |
| Bab 5 | - Kesimpulan (hadiah usay cantos in hasil (angka). - Sasarannya dgn kampus. | 20/7/22 | |
| Daftar Pustaka | Mendeley. | 9/8/22 | |
| Persetujuan Sidang Meja Hijau | siap dipertis dan Aez untuk sidang Meja Hijau | 9/8/22 | |

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

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

Medan, 9 Agustus 2022
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing

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

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : Rizky Adihya
NPM : 1805160315
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

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

Demikianlah Pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 6 April 2022

Pembuat Pernyataan



Rizky Adihya
RIZKY ADIHYA

NB :

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

ABSTRAK

Pengaruh *Lifestyle*, *Pocket Money* Dan *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behavior* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Rizky Adihtya

Program studi Manajemen
Email: rizkyadihtyaaa@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy* terhadap *consumptive behaviour* secara parsial dan simultan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2018. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Pengolahan data primer menggunakan teknik analisis Statistical Package for Social Science (SPSS) dengan metode analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) secara parsial *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* berpengaruh positif dan signifikan, (2) secara parsial *pocket money* terhadap *consumptive behaviour* tidak berpengaruh positif dan signifikan, (3) secara parsial *financial literacy* terhadap *consumptive behaviour* tidak berpengaruh positif dan signifikan (4) secara simultan *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy* terhadap *consumptive behaviour* berpengaruh positif dan signifikan pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kata Kunci: *lifestyle*, *pocket money*, *financial literacy*, *consumptive behaviour*

ABSTRACT

The Effect of Lifestyle, Pocket Money and Financial Literacy on Consumptive Behavior in Students of the Faculty of Economics and Business University Muhammadiyah North Sumatra

Rizky Adihtya

Manajemen Study Program

Email: rizkyadihtyaaa@gmail.com

This study aims to determine how the influence of lifestyle, pocket money and financial literacy on consumptive behavior partially and simultaneously in students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah North Sumatra. This research is a quantitative research with data collection techniques using a questionnaire. The population in this study were students of the Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah North Sumatra in 2018. The sample in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique used is simple random sampling method. Primary data processing using Statistical Package for Social Science (SPSS) analysis technique with multiple regression analysis method. Based on the results of the study, it can be concluded that (1) partially lifestyle on consumptive behavior has a positive and significant effect, (2) partially pocket money on consumptive behavior does not have a positive and significant effect, (3) partially financial literacy on consumptive behavior does not have a positive and significant effect. significant (4) Simultaneously lifestyle, pocket money and financial literacy on consumptive behavior have a positive and significant effect on students majoring in management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah North Sumatra.

Keywords: *lifestyle, pocket money, financial literacy, consumptive behaviour*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum

Warahmatullahi

Wabarakatuh

Alhamdulillah **rabbi'l'alamin**, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya dengan segala kekurangan dan kelebihannya. Salam dan Shalawat tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabatnya dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas. Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Judul dari skripsi ini **“Pengaruh *Lifestyle, Pocket Money* dan *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour* Mahasiswa Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis melalui banyak hambatan dan kesulitan karena keterbatasan pengetahuan. Hambatan dan kesulitan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini telah dilewati sebagai suatu tantangan yang seharusnya dijalani, di samping sebagai pemenuhan kewajiban yang memang semestinya dilaksanakan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang teristimewa sekali penulis tujukan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yaitu Bapak Edy Supianto dan Ibunda

Sukartik yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, do'a, perhatian serta dorongan moral maupun materi sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Prof.Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, SE., M.M., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc.Prof.Dr. Ade Gunawan, SE., M.Si, Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE., M.Si, Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si Selaku Ketua Prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc.Prof.Dr. Jufrizein,SE., M.Si Selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Assoc.Prof.Julita, SE, M.Si Selaku dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, saran, dan bimbingan, bantuan dan petunjuk dalam perkuliahan serta menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada Bapak/Ibu Dosen dan seluruh staf/pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta kepada seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Juga kepada Suci Eka Syahfitri selaku adik kandung penulis satu-satunya serta keluarga penulis lainnya yang tidak dapat diutarakan satu persatu yang

selalu mendukung dan memberikan motivasi serta memberikan semangat kepada penulis.

11. Kepada teman dan sahabat seperjuangan penulis Rafika Putri, Vinna Novita sari, Nurul Difithria, Inggit Ganarsih serta teman kos saya Trixie Diah Ramadhani, Izmi Nurhaliza, Cindy Sari Fadilla, Imelia Sintia dan Rana Atha Thahirah.

12. Dan juga kepada yang terkasih Rizki Endi Azhar yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis sendiri Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Medan, Agustus 2022

Rizky Adihtya

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 14 |
| 1.3 Batasan dan Rumusan Masalah | 14 |
| 1.3.1 Batasan Masalah | 14 |
| 1.3.2 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 15 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian | 16 |
| 1.4.2.1 Manfaat Teoritis..... | 16 |
| 1.4.2.2 Manfaat Praktis | 16 |
| BAB 2 KAJIAN PUSTAKA | 17 |
| 2.1 Uraian Teori..... | 17 |
| 2.1.1 <i>Consumptive Behaviour</i> | 17 |
| 2.1.1.1 Definisi <i>Consumptive Behaviour</i> | 17 |
| 2.1.1.2 Aspek-aspek <i>Consumptive Behaviour</i> | 18 |
| 2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Consumptive Behaviour</i> | 20 |
| 2.1.1.4 Indikator <i>Consumptive behaviour</i> | 23 |
| 2.1.2 <i>Lifestyle</i> | 25 |
| 2.1.2.1 Definisi <i>Lifestyle</i> | 25 |
| 2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Lifestyle</i> | 27 |
| 2.1.2.3 Indikator <i>Lifestyle</i> | 29 |
| 2.1.3 <i>Pocket Money</i> | 30 |
| 2.1.3.1 Definisi <i>Pocket Money</i> | 30 |
| 2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>pocket money</i> | 32 |
| 2.1.3.3 Indikator <i>Pocket Money</i> | 33 |
| 2.1.4 <i>Financial Literacy</i> | 34 |

| | | |
|--|---|------------|
| 2.1.4.1 | Definisi Financial Literacy..... | 34 |
| 2.1.4.2 | Tujuan Financial Literacy | 36 |
| 2.1.4.3 | Manfaat Financial Literacy | 37 |
| 2.1.4.4 | Aspek-Aspek Financial Literacy..... | 38 |
| 2.1.4.5 | Faktor-faktor yang mempengaruhi Financial Literacy..... | 39 |
| 2.1.4.6 | Indikator Financial Literacy | 41 |
| 2.2 | Kerangka Konseptual..... | 41 |
| 2.2.1 | Pengaruh Lifestyle Terhadap Consumtive Behaviour | 42 |
| 2.2.2 | Pengaruh Pocket Money Terhadap Consumtive Behaviour..... | 43 |
| 2.2.3 | Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap <i>Consumtive Behaviour</i> | 44 |
| 2.2.4 | Pengaruh <i>Lifestyle, Pocket Money</i> dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap <i>Consumtive Behaviour</i> | 46 |
| 2.3 | Hipotesis | 47 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | | 49 |
| 3.1 | Pendekatan Penelitian..... | 49 |
| 3.2 | Definisi Operasional Variabel | 49 |
| 3.3 | Tempat dan Waktu Penelitian..... | 52 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 53 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 57 |
| 3.7 | Pengujian Hipotesis | 60 |
| BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 64 |
| 4.1. | Hasil Penelitian..... | 64 |
| 4.2. | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 74 |
| 4.3. | Hasil Analisis Data | 78 |
| 4.4. | Hasil Uji Hipotesis..... | 84 |
| 4.5. | Hasil Pembahasan..... | 89 |
| BAB 5 PENUTUP..... | | 94 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 94 |
| 5.2. | Saran | 94 |
| 5.3. | Keterbatasan Penelitian | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 96 |
| LAMPIRAN..... | | 101 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Indikator Consumptive Behaviour | 50 |
| Tabel 3. 2 Indikator Lifestyle | 51 |
| Tabel 3. 3 Indikator Pocket Money | 51 |
| Tabel 3. 4 Indikator Financial Literacy | 52 |
| Tabel 3. 5 Waktu Penelitian | 53 |
| Tabel 3. 6 Skala pengukuran likert | 54 |
| Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin | 65 |
| Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia | 65 |
| Tabel 4. 3 Berdasarkan Uang Saku Perbulan | 66 |
| Tabel 4. 4 Skor Kuisisioner Untuk variabel Lifestyle | 67 |
| Tabel 4. 5 Skor Kuisisioner untuk Variabel Pocket Money | 68 |
| Tabel 4. 6 Skor Kuisisioner Untuk Variabel Financial literacy | 70 |
| Tabel 4. 7 Skor Kuisisioner Untuk Variabel Consumptive Behaviour | 72 |
| Tabel 4. 8 Hasil pengujian variabel Lifestyle (X1) | 74 |
| Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Variabel Pocket Money (X2) | 75 |
| Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Variabel Financial Literacy (X3) | 76 |
| Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Variabel Consumptive Behaviour (Y) | 77 |
| Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian | 78 |
| Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linier Berganda | 79 |
| Tabel 4. 14 Uji Smirnov Kolgomorov | 81 |
| Tabel 4. 15 Uji Multikoleniaritas | 82 |
| Tabel 4. 16 Uji t | 85 |
| Tabel 4. 17 Uji f | 87 |
| Tabel 4. 18 Koefisien Detreminasi (R) | 88 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Tingkat consumptive behaviour mahasiswa UMSU | 3 |
| Gambar 1. 2 Tingkat lifestyle mahasiswa UMSU | 7 |
| Gambar 1. 3 Pendapatan pocket money perbulan mahasiswa UMSU | 9 |
| Gambar 1. 4 Pocket money tambahan mahasiswa UMSU | 10 |
| Gambar 2. 1 Pengaruh Lifestyle Terhadap Consumptive Behaviour..... | 43 |
| Gambar 2. 2 Pengaruh Pocket Money Terhadap Consumptive Behaviour..... | 44 |
| Gambar 2. 3 Pengaruh financial literacy Terhadap Consumptive Behaviour | 45 |
| Gambar 2. 4 Pengaruh Lifestyle, Pocket Money Dan Financial Literacy Terhadap Consumptive Behaviour | 47 |
| Gambar 4. 1 Uji Normalitas | 80 |
| Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas..... | 83 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian | 101 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisisioner Penelitian | 107 |
| Lampiran 3 Skor Hasil Kuisisioner | 117 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dengan SPSS | 119 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Dengan SPSS | 126 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Dengan SPSS..... | 127 |
| Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda Dengan SPSS..... | 128 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis Dengan SPSS | 129 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang biaya hidup semakin meningkat, karena tidak stabilnya harga komoditas bahan pokok. Untuk itu diperlukan pengendalian pengeluaran uang secara teratur (hemat). Hal ini bertujuan agar dapat menghindari *Consumptive behaviour*. Meningkatnya pola konsumsi terhadap suatu produk cenderung menjadikan seorang *consumptive behaviour*.

Munculnya perilaku budaya konsumtif di zaman modern yang dibalut kemajuan teknologi dan sarana prasarana, membuat masyarakat seakan terbuai di dalamnya. Budaya konsumtif dipahami sebagai budaya mengonsumsi secara berlebihan. Budaya konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku masyarakat yang berorientasi kepada proses mengonsumsi segala alat pemuas kebutuhan tanpa memedulikan klasifikasinya sebagai kebutuhan primer, sekunder atau tersier. Segalanya dapat dibeli tanpa memikirkan sesuatu itu perlu apa tidak baginya. (Sugiharsono & Daru wahyuni, 2019).

Consumptive behaviour merupakan kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Wahyuni et al., 2019). *Consumptive behaviour* bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan prestige, menjaga gengsi, mengikuti mode dan beberapa alasan yang kurang penting.

Seorang *Consumptive behaviour* menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang maupun jasa yang menjadi keinginannya tanpa memperdulikan kebutuhan yang seharusnya dipenuhi terlebih dahulu. Apabila kebutuhan seseorang tidak terpenuhi maka akan mengganggu kelangsungan hidup orang tersebut. *Consumptive behaviour* tersebut bisa terjadi pada siapa saja, tanpa terkecuali pada mahasiswa.

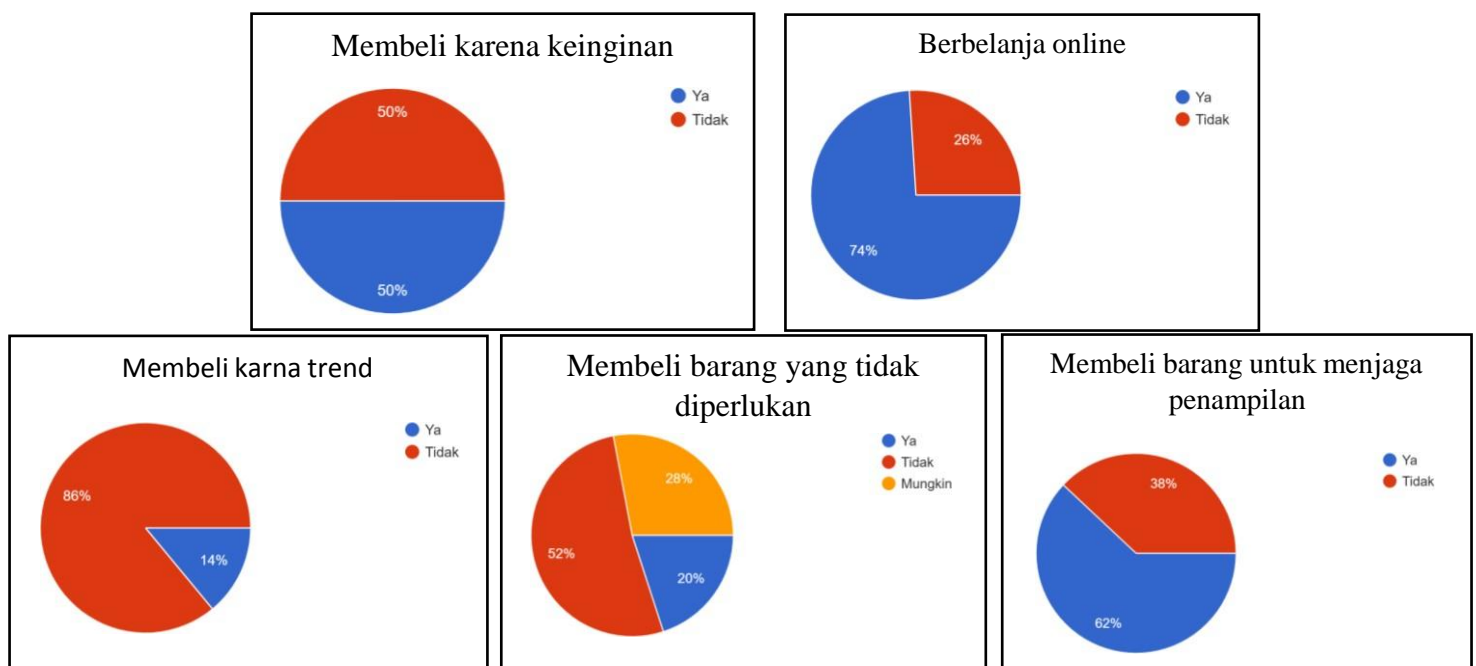
Mahasiswa sama halnya dengan masyarakat atau rumah tangga, juga melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi. Namun, total konsumsi suatu masyarakat atau individu termaksud pula mahasiswa berbeda-beda satu sama lain. Mahasiswa sendiri masuk golongan anak muda pada masyarakat dan 3-5 tahun kedepan mahasiswa akan menjadi bagian dari masyarakat. Total konsumsi sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumsi konsumen dalam jangka panjang. Perilaku konsumsi konsumen ini yang akan dijadikan dasar dalam mencari pola konsumsi saat ini. Total konsumsi mahasiswa saat ini layak untuk diteliti untuk menjadi tolak ukur pola konsumsi masyarakat pada akhirnya.

Mahasiswa tergolong bukan angkatan kerja karena mahasiswa termasuk pelajar yang tidak mencari kerja (pengangguran) ataupun sedang bekerja melainkan mereka bersekolah dan penerima pendapatan, sehingga mahasiswa tidak memiliki pendapatan permanen sendiri.

Consumptive behaviour bisa terjadi kepada mahasiswa karena umumnya mahasiswa berada diusia remaja dan stabilitas diri yang masih belum stabil sehingga sulit mengendalikan diri. Kondisi dimana mahasiswa mengkonsumsi barang/jasa tanpa adanya perencanaan juga akan mendorong tingginya *Consumptive behaviour*, spontanitas yang terjadi untuk mengkonsumsi barang/jasa akibat

bagusnya packaging, adanya diskon, maupun ketika mahasiswa tersebut mengalami “gelap mata” maka bisa memberikan konsekuensi tindakan mengkonsumsi dengan cara yang boros (Yola & Agus, 2021).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dengan menggunakan kuisisioner pra survey online pada bulan februari 2022 kepada 50 mahasiswa terkait *consumptive behaviour* Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di bawah ini, mahasiswa terindikasi memiliki *consumptive behaviour*, walaupun dalam mengkonsumsi barang/jasa mahasiswa sudah selektif dan sudah menerapkan prinsip ekonomi namun masih terlihat bahwa mahasiswa tidak memiliki skala prioritas dalam mengkonsumsi. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 1 Tingkat *consumptive behaviour* mahasiswa UMSU
 Sumber: kuisisioner online (2022)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, hasil pra survey melalui kuisisioner online yang dilakukan pada 50 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara, menunjukkan tingkat keinginan mahasiswa dalam membeli sesuatu mencapai 50%, tingkat mahasiswa yang berbelanja online mencapai 74%, selanjutnya banyak mahasiswa membeli barang untuk menjaga penampilan sebanyak 62%, kemudian mahasiswa membeli sesuatu dikarenakan mengikuti trend mencapai 14%, dan banyak mahasiswa yang membeli barang yang tidak diperlukan mencapai 20%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumtif mahasiswa jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara cenderung tinggi dikarenakan mahasiswa selalu memenuhi kebutuhan dan keinginannya agar mereka memperoleh kepuasan pada diri mereka sendiri.

Fenomena *consumptive behaviour* ini tentunya akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya *consumptive behaviour*, salah satunya adalah *lifestyle*.

Lifestyle juga memiliki hubungan yang erat dengan *consumptive behaviour*. *Consumptive behaviour* yang tinggi juga disebabkan dari *lifestyle* yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh (Suyanto, 2013) perilaku konsumsi acap kali juga dipengaruhi dan dibentuk oleh *lifestyle*. *Lifestyle* yang dimaksud disini adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain seperti cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi dan bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk *lifestyle*.

Menurut (Setiadi, 2010) *Lifestyle* atau Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi sebagai cara hidup oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting

dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).

Lifestyle menggambarkan “keseluruhan dari seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungan. *Lifestyle* mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. *Lifestyle* mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang mejadi model utama. Hal ini menyebabkan mahasiswi mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh sekelilingnya.

Menurut Lina & Rosyid dalam (Anggraini & Santhoso, 2019) menyebutkan bahwa Hadirnya pusat berbelanja yang menyajikan berbagai macam merek dari luar negeri. Kemudian, adanya restoran fast food yang seringkali membuat individu lebih memilih makanan barat daripada makanan dari produk lokal, serta adanya cafe-cafe yang cenderung digunakan oleh remaja sebagai tempat bersosialisasi dan nge-date. Kesadaran remaja yang tinggi akan terhadap produk-produk baru dan bermerek menyebabkan mereka cenderung untuk meniru gaya-gaya baru. Pola perilaku seperti ini diperkuat banyaknya majalah remaja, iklan, serta media lain yang secara langsung maupun tidak langsung untuk mengeksploitasi gaya hidup mewah dan mencolok.

Lifestyle konsumtif meliputi seluruh kelompok remaja termasuk mahasiswa. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah

membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam konsumtif (Mintarti, 2016).

Kebanyakan dari mahasiswa suka membeli pakaian yang lagi ngetrend atau barang branded tujuannya adalah untuk terlihat modis karena mereka gengsi jika tidak mengikuti trend yang lagi booming. Menurut Kanserina, *Lifestyle* mahasiswa juga bisa dipengaruhi oleh teman, baik teman yang ada di media sosial maupun yang ada di dunia nyata. Melalui media sosial mahasiswa bisa melihat gaya berpakaian yang sedang ngetrend yang membuat mahasiswa tertarik untuk membeli pakaian agar terlihat modis, begitu juga dengan teman sebayanya yang terlihat keren, mahasiswa cenderung untuk mengikuti gaya temannya

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan kepada 50 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang dijelaskan pada gambar 1.1, *lifestyle* yang terjadi pada mahasiswa pun cenderung tinggi karena tidak sedikit mahasiswa yang membeli sesuatu untuk menjaga penampilan yang persentasenya mencapai 62%. Begitu pula dengan trend masa kini, 14% mahasiswa yang membeli barang dengan mengikuti trend agar mereka selalu terlihat modis dan keren. Kemudian banyaknya mahasiswa yang berbelanja online mencapai 74% mahasiswa, mereka berbelanja untuk memenuhi *lifestyle* mereka. Mahasiswa juga banyak yang membeli sesuatu karena keinginan persentasenya mencapai 50%. Banyak juga mahasiswa yang menghabiskan waktunya untuk pergi berbelanja ke mall ataupun nongkrong di kafe bersama teman temannya, sebagaimana yang tertera pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 2 Tingkat *lifestyle* mahasiswa UMSU
Sumber: kuisisioner online (2022)

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, hasil pengamatan diatas menjelaskan *lifestyle* yang dihitung dari banyaknya mahasiswa yang pergi ke mall ataupun nongkrong dikafe dalam sebulan, terlihat mahasiswa yang hanya pergi ke mall ataupun nongkrong dikafe 1 kali dalam sebulan mencapai 34%, kemudian terdapat 3 kali dalam sebulan mahasiswa yang pergi ke mall ataupun nongkrong dikafe sebanyak 40%, dan yang pergi ke mall ataupun nongkrong dikafe lebih dari 5 kali dalam sebulan sebanyak 20%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *lifestyle* mahasiswa jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara cenderung tinggi yang tak jarang mahasiswa suka menghabiskan uang sakunya untuk memenuhi *lifestylenya*.

Faktor yang mempengaruhi *consumptive behaviour* selain *lifestyle* adalah *pocket money*. *Pocket money* adalah pendapatan yang diperoleh anak dari orang tuanya, dimana *pocket money* bisa mempengaruhi bagaimana pola konsumsi seseorang. Umumnya semakin tinggi *pocket money*, maka semakin tinggi juga kegiatan konsumsi seseorang (Krisdayanti, 2020).

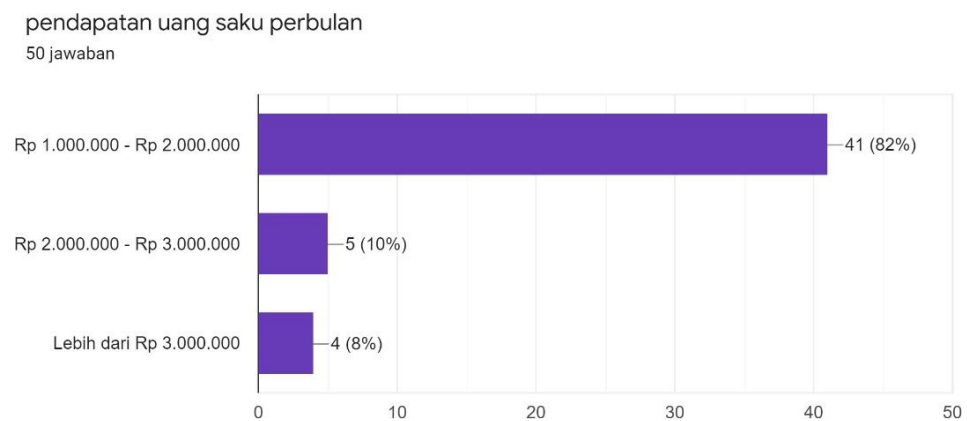
Pocket money ini memiliki hubungan yang erat dengan konsumsi. Mahasiswa yang setiap bulannya mendapatkan *pocket money* yang cukup tinggi biasanya

tingkat konsumsinya juga tinggi, selain untuk membeli segala sesuatu yang menjadi kebutuhan mereka juga akan memenuhi keinginannya seperti membeli pakaian, aksesoris atau barang yang disukai.

Kecenderungan mahasiswa pada awal periode *pocket money*, melakukan pengeluaran yang banyak sehingga pada akhir periode *pocket money* mahasiswa mengalami kesulitan dan kekurangan uang untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah *pocket money* yang diterima mahasiswa di awal periode ini sering kali menjadikan mahasiswa “lupa diri” dan beranggapan bahwasanya uang saku yang dimilikinya banyak, padahal ketika *pocket money* ini dialokasikan dengan rata disatu periode, alhasil *pocket money* yang diterima ini tidak lagi banyak jumlahnya, kondisi inilah yang sering terjadi di kalangan mahasiswa (Yola & Agus, 2021).

Dalam penelitian (Leksono & Vhalery, 2019) mengungkapkan bahwa ada tiga tipe individu dalam mengelola *pocket money*. Pertama, mampu mengelola *pocket money* dengan sangat baik tanpa arahan maupun bantuan seseorang. Kedua, mampu mengelola *pocket money* dengan baik namun butuh masukan dari teman atau orang tua. Ketiga, kurang mampu mengelola *pocket money* dengan baik dikarenakan kurangnya informasi atau pengalaman dalam mengelola uang saku.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan kepada 50 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mengenai pendapatan *pocket money* perbulan yang didapatkan dari orangtua ataupun pendapatan yang lainnya, dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

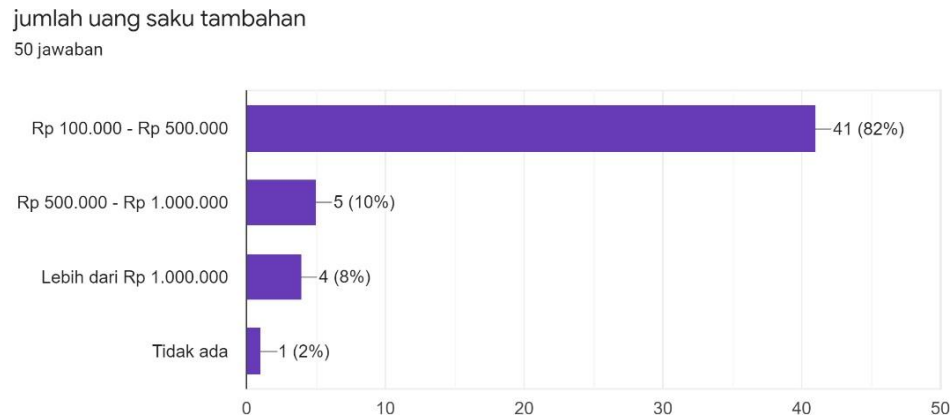


Gambar 1. 3 Pendapatan *pocket money* perbulan mahasiswa UMSU
Sumber: kuisisioner online (2022)

Berdasarkan gambar 1.3, hasil pra survey pendapatan *pocket money* mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mencapai lebih dari Rp 3.000.000. Mahasiswa yang mendapatkan *pocket money* mulai dari Rp 1.000.000 hingga Rp 2.000.000 perbulan mencapai 82% atau sekitar 41 mahasiswa, sedangkan mahasiswa yang mendapatkan *pocket money* mulai dari Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000 hanya terdapat 10% atau sekitar 5 mahasiswa sedangkan mahasiswa yang mendapatkan *pocket money* lebih dari Rp 3.000.000 terdapat 8% atau sekitar 4 mahasiswa. Hal tersebut membuktikan bahwa *pocket money* mahasiswa jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara relatif tinggi, terlihat *pocket money* mahasiswa dapat mempengaruhi *lifestyle* dan *consumptive behaviour*.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan kepada 50 mahasiswa jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mahasiswa juga memperoleh uang saku tambahan yang mencapai 70% mahasiswa yang memiliki *pocket money* tambahan yang diperoleh dari berbagai hal, seperti *pocket money*

tambahan dari abang, kakak, kerabat ataupun pendapatan yang lain. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 4 *Pocket money* tambahan mahasiswa UMSU
Sumber: kuisioner online (2022)

Berdasarkan gambar 1.4, hasil pengamatan pada *pocket money* tambahan mahasiswa jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara mencapai hingga lebih dari Rp 1.000.000 perbulan. Mahasiswa yang mendapatkan *pocket money* tambahan mulai dari Rp 100.000 sampai dengan Rp 500.000 mencapai 82% atau sekitar 41 mahasiswa, kemudian mahasiswa yang mendapatkan *pocket money* tambahan mulai dari Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000 mencapai 10% atau sekitar 5 mahasiswa sedangkan mahasiswa yang mendapatkan *pocket money* lebih dari Rp 1.000.000 perbulan mencapai 8% atau sekitar 4 mahasiswa juga. Hal tersebut dapat disimpulkan *pocket money* tambahan mahasiswa bisa memenuhi *lifestyle* dan *consumptive behaviour*.

Mahasiswa memperoleh *pocket money* dari orang tua yang harus dapat dikelola secara maksimal dengan menempatkan barang atau jasa yang paling dibutuhkan sehingga kesejahteraan mahasiswa sebagai individu meningkat. Namun

biasanya mereka merasa kurang sehingga dalam satu bulan mereka dapat meminta kiriman sebanyak dua kali. Sehingga perlunya pengetahuan dalam mengatur jumlah *pocket money* agar hemat dan menabung dari jumlah *pocket money*nya.

Dalam hal ini mahasiswa harus bisa mengelola keuangannya sendiri dengan baik dan bisa bertanggung jawab atas keputusan yang mereka ambil. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana cara pengelolaan keuangan, dengan pengelolaan keuangan dapat menghambat *consumptive behaviour* yang berlebihan pada mahasiswa. Maka disinilah peranan literasi keuangan yang sangat penting untuk pemahaman masyarakat dalam hal keuangan. *Financial literacy* yang baik akan menjadikan mahasiswa yang cerdas, yang dapat memilah barang, dapat mengatur pengelolaan keuangan dengan baik dan merencanakan masa depan (Prihastuty, 2018).

Namun dalam kenyataannya mahasiswa jarang menerapkan ilmu pengelolaan keuangan yang mereka peroleh dalam kehidupan sehari-harinya. Sehingga mahasiswa cenderung ceroboh dalam menggunakan serta membelanjakan (mengkonsumsi) keuangan yang mereka miliki.

Financial literacy berkaitan dengan kemampuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan pribadi atau usaha. Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 76 (2016) *Financial literacy* atau literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang menentukan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Ismanto et al., 2019). Sedangkan menurut (Yushita, 2017) dalam penelitiannya mengatakan adanya pengetahuan keuangan dan *financial literacy* akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut

bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.

Peran *financial literacy* menjadi lebih penting ketika melihat kondisi perekonomian saat ini. Mahasiswa sangat membutuhkan skill dari *financial literacy* untuk mengelola sumber daya keuangan yang efektif dan efisien guna kesejahteraan hidup. Menurut (Kumalasari & Soesilo, 2019) yang mengatakan bahwa *financial literacy* mahasiswa akan mempengaruhi dalam hal mengambil keputusan, termasuk didalam mengambil keputusan untuk melakukan konsumsi. Mahasiswa yang memiliki *financial literacy* yang tinggi akan mampu memilih barang atau jasa yang mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan, begitu sebaliknya.

Banyak masyarakat yang kurang mengerti tentang *financial literacy* seperti pengetahuan finansial, menyebabkan banyak masyarakat yang mengalami kerugian, baik akibat masyarakat yang cenderung boros dikarenakan masyarakat semakin konsumtif maupun karena kondisi perekonomian yang menurun dan inflasi.

Dalam mengelola keuangan setiap individu memiliki caranya masing-masing, ada yang mengelola dengan melakukan saving lebih banyak dari pada buying dan ada pula yang sebaliknya (Putri, 2021).

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam mengelola keuangan pribadinya dan dengan adanya dukungan lingkungan yang baik di sekitarnya terutama kampus dan keluarga akan membantu mahasiswa untuk menyerap seluruh perilaku keuangan yang positif, mahasiswa mampu mengakses seluruh produk dan layanan keuangan dengan baik untuk mengelola keuangan pribadinya atau bahkan mampu menularkan pola perilaku keuangan yang positif

bagi keluarga dan lingkungan sekitarnya sehingga dinyatakan pencapaian inklusi keuangan pada mahasiswa berhasil (Pulungan & Ndururu, 2019).

Lebih lanjut, Nidar dan Bestari (2012) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa *financial literacy* yang dimiliki oleh mahasiswa masih dikategorikan rendah. Survey OECD menunjukkan bahwa generasi muda memiliki tingkat *financial literacy* yang lebih rendah dibandingkan dengan orang-orang tua. Hal ini merupakan potensi kerentanan baru. Sedangkan hasil survey nasional literasi dan inklusi keuangan Indonesia yang dilaksanakan oleh OJK tahun 2016 menunjukkan tingkat literasi dan inklusi keuangan pelajar dan mahasiswa yang masih rendah. Hasil survey menunjukkan bahwa hanya terdapat 23,4% pelajar atau mahasiswa yang memiliki tingkat *financial literacy* yang baik atau well literate atau lebih rendah dibandingkan tingkat literasi secara nasional (Soetiono & Setiawan, 2018).

Mengelola keuangan sudah didapatkan sebelum duduk di bangku kuliah, setelah mahasiswa masuk ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis mahasiswa akan mendapatkan dasar-dasar akuntansi dan manajemen keuangan yang dapat digunakan oleh mahasiswa sebagai pengetahuan untuk pengambilan sikap keuangan atau keputusan dalam sumberdaya keuangan mereka. Sikap yang boros dan konsumtif merupakan fenomena yang banyak terjadi dikalangan mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, antara lain:

1. Mahasiswa cenderung boros karena memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus terpenuhi sehingga mahasiswa tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik.
2. *Lifestyle* mahasiswa cenderung tinggi diakibatkan mahasiswa yang mudah mengikuti trend zaman sekarang seperti belanja online, pergi ke mall, nongkrong dikafe, dan lain-lain.
3. Tingginya *pocket money* mahasiswa mengakibatkan mahasiswa menjadi boros sehingga membuat mahasiswa menjadi *consumptive behaviour*.
4. Kurangnya pengetahuan mahasiswa tentang *financial literacy* sehingga mahasiswa cenderung ceroboh dalam menggunakan serta membelanjakan keuangan yang mereka miliki.

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah dalam penelitian ini hanya pada variabel *lifestyle*, *pocket money*, *financial literacy* dan *consumptive behaviour* serta Objek penelitian dibatasi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2018.

1.3.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
- b. Apakah *pocket money* berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
- c. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
- d. Apakah *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy* berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *pocket money* terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- c. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* hidup terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy* hidup terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak, antar lain yaitu:

1.4.2.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta masukan yang berguna untuk mahasiswa agar lebih memanfaatkan waktu untuk belajar dari pada untuk mengikuti *lifestyle* dan mampu mengelola *pocket money*nya dengan baik.

1.4.2.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi untuk dijadikan referensi dan bahan pustaka untuk perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang bisa membantu untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy* terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Uraian Teori

2.1.1 *Consumptive Behaviour*

2.1.1.1 Definisi *Consumptive Behaviour*

Consumptive behaviour sering kali dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Menurut (Setiadi, 2010) *consumptive behaviour* merupakan kecenderungan untuk bertindak dengan keinginan untuk membeli dan menggunakan atau menghabiskan barang atau jasa yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan.

Consumptive behaviour dalam mengkonsumsi barang dan jasa juga disebut *consumptive behaviour* (Deliarnov, 2006). Sedangkan menurut (Waluyo et al., 2006) *consumptive behaviour* adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang.

Dalam penelitian (Wahyudi, 2013) beliau memaparkan bahwa Penyebab *consumptive behaviour* adalah semakin membaiknya keadaan sosial ekonomi sebagai masyarakat, membanjirnya barang-barang produksi, efektifnya sarana periklanan termasuk didalamnya media massa berkembangnya *lifestyle mode*, masih tebalnya sikap gengsi, status sosial.

Adapun menurut (Astuti, 2013) bahwa *consumptive behaviour* dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Apabila *consumptive behaviour* terus menerus terjadi maka

akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan berakibat pada menumpuknya barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus menerus.

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa *consumptive behaviour* adalah perilaku seseorang dalam membeli atau mengkonsumsi barang secara berlebihan sehingga seseorang tersebut lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan yang hanya untuk memenuhi kesenangan atau kepuasan diri.

2.1.1.2 Aspek-aspek *Consumptive Behaviour*

Menurut (Waluyo et al., 2006) *consumptive behaviour* dapat membawa dampak positif dan negative bagi konsumen dan pihak lain. *Consumptive behaviour* membawa dampak positif bagi konsumen dan produsen yaitu:

1. Memberikan Kepuasan Bagi Konsumen

Konsumen melakukan kegiatan konsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, untuk mewujudkannya, konsumen akan membeli barang dan jasa apapun yang diinginkan sehingga akan memperoleh kepuasan yang maksimal.

2. Memberikan Keuntungan bagi Produsen dan Kegiatan Ekonomi Lain

Masyarakat yang konsumtif akan menjadi dorongan bagi produsen untuk memproduksi barang dan jasa. Sebab kemungkinan akan terbeli lebih besar. Kegiatan produksi secara khusus dan kegiatan ekonomi lainnya akan semakin menguntungkan.

3. Meningkatkan Perputaran Roda Perekonomian

Consumptive behaviour menyebabkan perputaran uang dan modal akan lebih cepat dan investasi lebih besar sehingga dalam lingkup nasional perekonomian akan berjalan lebih cepat. Secara langsung keadaan ini membuka lapangan yang seluas-luasnya bagi masyarakat dan secara tidak langsung pendapatan masyarakat akan meningkat.

Dampak negatif *consumptive behaviour* antara lain sebagai berikut:

1. Terjadinya Pemborosan

Ketika seseorang berbelanja di pasar, toko atau swalayan terkadang lupa dengan tujuan semula, yaitu memberi barang-barang yang diperlukan. Mengetahui adanya promosi dan melihat barang yang bagus, ia tertarik untuk membelinya. Perilaku inilah yang menyebabkan terjadinya pemborosan. Seharusnya ia dapat memakai uangnya untuk keperluan yang lebih penting.

2. Menimbulkan Kesenjangan Sosial

Perilaku konsumtif akan menyebabkan terjadinya kesenjangan sosial dimasyarakat. Hal ini dapat dilihat dari sebuah keluarga yang berperilaku konsumtif akan kelihatan paling menonjol diantara yang lain. Mereka mempunyai barang-barang baru yang belum tentu dibutuhkan.

3. Menimbulkan Inflasi

Inflasi adalah harga-harga secara umum. Apabila masyarakat berperilaku konsumtif, permintaan barang akan meningkat. Naiknya permintaan barang-barang akan menyebabkan harga barang juga naik sehingga perilaku konsumtif dapat menyebabkan inflasi.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Consumptive Behaviour*

Menurut (Setiadi, 2010) *Consumptive behaviour* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Faktor Kebudayaan

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

a) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan Lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

b) Sub budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub budaya - sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu, kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan daerah geografis.

c) Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2. Faktor sosial

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi atau acuan seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b) Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli atau konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat di identifikasikan dalam peran dan status.

3. Faktor Pribadi

a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup.

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap mengeluarkan uang menabung.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang merupakan pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responsnya terhadap lingkungan yang relative konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen.

4. Faktor Psikologis

a) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah tidak nyaman.

Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

c) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

2.1.1.4 Indikator *Consumptive behaviour*

Menurut Sumartono dan Djabar (2002) dalam jurnal (Astuti, 2013) indikator *Consumptive behaviour* yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

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

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

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

motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

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

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

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

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

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

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.

Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

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

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

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

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

2.1.2 Lifestyle

2.1.2.1 Definisi Lifestyle

Menurut (Adlin, 2015) Istilah *lifestyle* baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa *lifestyle* sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup.

Sedangkan menurut (Suyanto, 2013) *lifestyle* adalah cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya, membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna tersebut yaitu ruang bahasa dan benda-benda, yang didalamnya citra mempunyai peran yang sangat sentral. *lifestyle* mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang.

Menurut (Gunawan & Chairani, 2019) mengemukakan bahwa *Lifestyle describes the "whole person" who interacts with their environment. Lifestyle is a pattern of life that is expressed in activities, interests, and opinions in spending money and allocate time he had.*

Lifestyle dianggap sebagai identitas dan pengakuan status sosial seseorang yang jelas terlihat dari perilakunya yang selalu mengikuti perkembangan mode sebagai bagian utama untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Bahkan *lifestyle* menjadi lebih penting dari kebutuhan pokok (Pulungan et al., 2018)

Menurut (Azizah, 2020) *lifestyle* adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. *Lifestyle* mencerminkan pola konsumtif yang menggambarkan pilihan seseorang untuk bagaimana ia mempergunakan waktu dan uangnya. Sedangkan menurut (Asisi dan Purwanto 2020) menjelaskan gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya, seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *lifestyle* adalah kemampuan seseorang untuk menghabiskan waktu pada kebiasaan menghabiskan uang yang mereka miliki untuk mendapatkan pengakuan sosial.

2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi *Lifestyle*

Menurut Susanto (2013) dalam (Gunawan et al., 2020) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *lifestyle* seseorang ada 2 faktor yang berasal dari dalam diri sendiri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut (Carissa, 2021).

1) Faktor Internal

a) Sikap.

Sikap bisa dipahami sebagai cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan jiwa dan pikirannya yang dipengaruhi oleh pengalaman dan mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku orang tersebut. Sikap bisa jadi dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosial.

b) Pengalaman dan Pengamatan.

Pengalaman seseorang dapat mempengaruhi cara seseorang dalam mengamati sesuatu sehingga akhirnya dapat membentuk pandangan pribadi mereka terhadap suatu hal. Pengalaman ini didapatkan dari semua tindakannya dimasa lalu. Pengalaman didapat dari belajar dan juga dapat disalurkan ke orang lain dengan cara mengajarkannya. Hal ini mempengaruhi gaya hidup seseorang, pengamatan atas pengalaman orang lain juga dapat mempengaruhi opini seseorang sehingga pada akhirnya membentuk gaya hidup.

c) Kepribadian.

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Kepribadian berubah dari waktu ke waktu, sehingga hal itu sangat penting

untuk diamati karena mempengaruhi buying behavior dari seorang konsumen.

d) Konsep Diri

Konsep diri amat berhubungan dengan image merek, cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu objek termasuk juga suatu produk.

e) Motif Perilaku

Individu terbentuk karena adanya motif kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan fisik, merasa aman, merasa dihargai dan lain sebagainya. Pengelompokan kebutuhan manusia telah dibuat teori oleh beberapa orang, salah satunya kebutuhan.

f) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu pemahaman dan gambaran mengenai sesuatu.

2) Faktor Eksternal

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok orang-orang yang dianggap mampu dan memiliki pengetahuan untuk memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang. Pengaruh yang diberikan bersifat langsung dan tidak langsung, masukan dari kelompok referensi bisa mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk sehingga membentuk gaya hidup.

b) Keluarga.

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Oleh karena itu, masukan dari keluarga berupa nasihat dan cerita mengenai pengalaman akan mempengaruhi gaya hidup seseorang. Budaya salah satu anggota keluarga dapat menjadi kebiasaan bagi anggota keluarga lainnya yang mengamati setiap harinya, tidak heran jika saudara yang memiliki gaya hidup yang sama dengan kita.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

d) Kebudayaan

Kebudayaan bisa meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hokum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang membentuk gaya hidup seseorang dan akhirnya membuat pemasar mudah untuk mengidentifikasi apakah kelompok konsumen dengan kebudayaan tersebut cocok dengan produknya atau tidak.

2.1.2.3 Indikator *Lifestyle*

Lifestyle mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Menurut Mandey (2009) dalam jurnal (Kamaluddin, 2018) terdapat tiga indikator *lifestyle* atau gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

- 1) Kegiatan (Activity) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- 2) Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- 3) Opini (Opinion) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal atau ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberikan ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.1.3 Pocket Money

2.1.3.1 Definisi Pocket Money

Pocket money adalah uang saku. *Pocket money* merupakan salah satu tanggung jawab yang perlu ditanamkan nilainya kepada individual, sehingga uang yang diberikan oleh orang tua dapat digunakan untuk hal seperti transportasi dan menabung (Assyfa, 2020). Menurut (Vhalery et al., 2019) *Pocket money* merupakan uang tambahan yang diberikan orang tua kepada anaknya untuk keperluan

pendidikan dan kebutuhan sehari-hari. Pemberian *pocket money* biasanya dilakukan secara teratur yaitu perminggu, perbulan, atau pertahun.

Dalam penelitian (Hidayah & Bowo, 2019) menjelaskan bahwa *pocket money* merupakan uang yang diberikan kepada seseorang tiap periode tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. *Pocket money* seorang mahasiswa dapat diperoleh dari orang tua, beasiswa, maupun dengan bekerja untuk memenuhi kebutuhan kuliahnya. *Pocket money* dapat diperoleh tiap bulan atau tiap minggu.

Menurut Wahyudi (2017) dalam jurnal (Rozaini & Harahap, 2019) mengatakan bahwa penggolongan *pocket money* terbagi menjadi empat kategori, yaitu rendah, cukup rendah, tinggi, dan sangat tinggi.

Menurut Wordpress adapun hal-hal yang perlu Anda diperhatikan dalam memberikan *pocket money* (Assyfa, 2020):

- 1) Berikan *pocket money* sesuai dengan tahapan usia : Karena semakin besar usia anak, pasti akan semakin besar juga *pocket money* yang harus diberikan. Anak dengan usia lebih dewasa pasti membutuhkan lebih banyak kebutuhan yang diperlukan sehingga ia butuh uang saku lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- 2) Jauh dekatnya jarak antara sekolah dan rumah : Anak yang pergi dan datang ke sekolah bersama dengan orangtuanya pasti akan berbeda dengan jumlah *pocket money* yang diberikan berbanding terbalik dengan anak yang harus menggunakan transportasi umum dalam menempuh perjalanannya ketempat tujuan.
- 3) Aktivitas apa saja yang diikutinya : Anak yang aktif mengikuti kegiatan lebih dari kegiatan biasanya seperti kegiatan ekstrakurikuler atau organisasi

lainnya yang membutuhkan *pocket money* ekstra untuk memenuhi kebutuhannya.

- 4) Perhatikan juga berapa jumlah *pocket money* yang didapatkan oleh teman-teman seusianya: Jangan sampai anak menerima jumlah yang terlalu besar, dan jangan juga terlalu sedikit. Hitunglah jumlah yang sesuai dengan kebutuhan anak.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *pocket money* adalah uang yang diberikan oleh orang tua untuk dapat memenuhi keperluan dan kebutuhan sehari-hari.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *pocket money*

Menurut (Vhalery et al., 2019) dalam penelitiannya menjelaskan kegagalan pengelolaan *pocket money* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, faktor internal dan eksternal.

1) Faktor Internal

a) Literasi Keuangan

Menurut Buccioli, Manfrè, & Veronesi, (2018) rendahnya kemampuan pengelolaan uang saku berhubungan erat dengan faktor internal individu yaitu literasi keuangan. Literasi keuangan membantu pengelolaan uang menjadi lebih efektif dan efisien.

b) Usia

Otto (2013) menjelaskan kalau diusia muda seseorang lebih berhati-hati maka diusia tua akan terselamatkan. Artinya, Ketika seseorang sudah melek finansial di usia muda maka masalah finansial sudah

diminimalisir. Lebih lanjut, Bucciol & Veronesi (2014) menambahkan bahwa usia juga menentukan pengalaman seseorang dalam mengelola suatu hal. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki maka semakin baik pengaturan dan perencanaan yang dilakukan.

2) Faktor Eksternal

a) Keluarga

Menurut Bamforth & Geursen (2014) keluarga merupakan faktor eksternal yang paling dominan. Dalam keluarga khususnya orang tua, mempunyai peran penting dalam membimbing, mempengaruhi keterampilan keuangan, pengetahuan, serta perilaku keuangan anak.

2.1.3.3 Indikator *Pocket Money*

Dalam penelitian (Sari, 2019) menjelaskan bahwa adapun yang menjadi indikator atau alat ukur dalam *pocket money* adalah:

1) Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dengan semua sumber daya keuangan mereka. Pemberian *pocket money* akan memberikan pengalaman realistis dan secara langsung kepada anak dalam mengelola keuangannya. Hal tersebut dapat mendidik dan menanamkan kesadaran terhadap kewajiban dan tanggung jawab yang kelak harus dihadapi oleh anak.

2) Pemberian Orang Tua

Pemberian *pocket money* yang berperiode tertentu tersebut mengharuskan seorang mengelola *pocket money* yang diterima dengan baik agar cukup untuk memenuhi kebutuhan sampai periode yang ditentukan.

3) Penghasilan

Penghasilan atau pendapatan adalah suatu tambahan ekonomis seseorang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.1.4 Financial Literacy

2.1.4.1 Definisi Financial Literacy

Robert F. Duvall, President dari the *National Council on Economic Education, USA*, menyebutkan bahwa “*Economic literacy is a vital skill, just as vital as reading literacy*. Sementara itu OECD mendefinisikan *financial literacy* sebagai “*a combination of awareness, knowledge, skills, attitude and behaviours necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve individual financial wellbeing*”. Sedangkan Otoritas Jasa Keuangan menggunakan istilah *financial literacy* atau literasi keuangan sebagai rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (Soetiono & Setiawan, 2018).

Menurut (Desiyanti & Hamirul, 2020) *financial literacy* adalah pengetahuan dan kemampuan dalam mengorganisir keuangan pribadi dan bisnis. Kecerdasan dan kemampuan manajemen keuangan adalah aspek penting dari kehidupan. *Financial literacy* dapat mencegah orang dari masalah keuangan. *Financial literacy*

menyiratkan bahwa seseorang harus memiliki kapasitas, kepercayaan diri untuk pengambilan keputusan. Memiliki *financial literacy* merupakan hal yang paling penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat yang ditunjang dengan literasi keuangan yang baik, maka taraf hidup masyarakat diharapkan akan meningkat, karena walau bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang tapi tanpa pengelolaan keuangan yang tepat, keamanan finansial pasti akan sulit tercapai (Nurmala et al., 2021)

Adanya pengetahuan keuangan dan *financial literacy* akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya. Kemudian menurut (Ismanto et al., 2019) *financial literacy* mencerminkan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan, produk dan jasa keuangan dan untuk mengendalikan sumber daya keuangan pribadi secara mandiri. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berfokus pada pengetahuan, kemampuan dan sikap keuangan terhadap finansial individu untuk dikelola dengan baik dan mandiri.

Mahasiswa yang ekonominya mapan, cenderung mudah terpengaruh dengan gaya hidup yang konsumtif. Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku (Pulungan, 2020).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas peneliti menyimpulkan bahwa *financial literacy* adalah kemampuan seseorang atau suatu rangkaian proses pengetahuan dalam mengatur atau mengelola dan membuat keputusan keuangan

pribadi secara efektif dan efisien untuk mencapai kesejahteraan di masa yang akan datang.

2.1.4.2 Tujuan *Financial Literacy*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2014 dalam (Ismanto et al., 2019) *financial literacy* mencakup edukasi keuangan dan pengembangan infrastruktur, yang kurang lebih mencakup pengelolaan keuangan, jenis industry jasa keuangan, produk dan layanan jasa keuangan. *Financial literacy* masyarakat diindonesia dibagi dalam empat bagian, yaitu:

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

Tujuan *financial literacy* meliputi (Ismanto et al., 2019):

- a. Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan pribadi.

- b. Dan perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.

2.1.4.3 Manfaat *Financial Literacy*

Manfaat *financial literacy* menurut (Soetiono & Setiawan, 2018) dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Individu, dapat meningkatkan pemahaman tentang produk keuangan yang ditawarkan oleh Lembaga keuangan formal dan terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas.
2. Bagi Lembaga Keuangan, dapat meningkatkan kompetisi atau tingkat persaingan yang sehat antara Lembaga keuangan.
3. Bagi Negara, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi tingkat kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan dan mendukung pencapaian stabilitas system keuangan.

Selain manfaat untuk individu dan masyarakat, *financial literacy* juga diperlukan untuk memajukan industri jasa keuangan karena masyarakat merupakan pengguna utama jasa keuangan. *Financial literacy* akan menciptakan efek berantai pada tingkat penggunaan produk dan jasa keuangan, yang kemudian dapat meningkatkan keuntungan dan mendorong lembaga keuangan untuk berinovasi dalam mengembangkan produk dan jasa keuangan yang lebih bervariasi (Yushita, 2017).

2.1.4.4 Aspek-Aspek *Financial Literacy*

Penerapan *financial literacy* salah satunya adalah mengelola keuangan mereka dan risiko keuangan. Aspek *financial literacy* meliputi beberapa aspek keuangan yaitu (Desiyanti & Hamirul, 2020):

1. Pengetahuan dasar keuangan pribadi meliputi pemahaman tentang beberapa hal yang paling mendasar dalam manajemen keuangan sebagai perhitungan suku bunga sederhana, senyawa bunga, inflasi, nilai waktu uang, likuiditas asset.
2. Aspek manajemen keuangan termasuk bagaimana seseorang mengelola uangnya serta menganalisa sumber pendapatan. Manajemen keuangan merupakan bidang terluas dan sangat penting untuk semua jenis perusahaan. Pengelolaan keuangan adalah pengelolaan dana yang berkaitan dengan alokasi dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif serta upaya penggalangan dana untuk membiayai investasi.
3. Manajemen kredit. Sumber pendanaan dalam bentuk kredit dimana individu dapat memproduksi barang dan jasa saat ini dan membayar dimasa depan. Penggunaan kredit harus dikelola dengan benar. Kredit dapat digunakan untuk membangun rumah/property karena harga property dapat mengimbangi inflasi
4. Tabungan dan investasi, rekening tabungan adalah bagian dari pendapatan individu yang tidak digunakan untuk konsumsi. Orang yang memiliki pendapatan lebih besar dan kebutuhan konsumsi yang sedikit akan memiliki kesempatan untuk menghemat uang.

2.1.4.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Financial Literacy*

Dalam Penelitian (Ulfatun et al., 2016) mengatakan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi *financial literacy*, seperti pertumbuhan ekonomi, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, tingkat kemiskinan masyarakat, tingkat pendidikan masyarakat, komposisi penduduk yang berusia produktif, dan pemanfaatan teknologi informasi.

Dalam penelitian (Brigham & Houston, 2011) menjelaskan bahwa tingkat *financial literacy* seseorang di pengaruhi oleh:

1. Karakteristik Sosio-Demografi

Dalam hal ini dikatakan bahwa perempuan dan etnis minoritas memiliki pengetahuan keuangan yang rendah, dan laki-laki memiliki pengetahuan keuangan dan ekonomi makro yang baik. Halter sebut disebabkan oleh tinggi rendahnya pendidikan yang di tempuh, akan tetapi selain pendidikan formal, kemampuan kognitif memiliki peran untuk meningkatkan pengetahuan keuangan. Jadi pada intinya, faktor-faktor yang terdapat dalam demografi yaitu meliputi etnis, gender dan kemampuan kognitif.

2. Latar Belakang Keluarga

Selain sosio-demografi dan kemampuan kognitif, literasi keuangan juga di latar belakang oleh keluarga, seperti Pendidikan orang tua terutama ibu. Jadi Pendidikan yang diperoleh dari orang tua atau keluarga dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang.

3. Kekayaan

Pengetahuan keuangan merupakan modal penting manusia untuk berinvestasi jangka panjang dan merupakan bekal untuk menjalankan

kehidupannya di masa sekarang dan masa yang akan datang. Pengetahuan keuangan sangat di butuhkan investor guna memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

4. Preperensi Konsumen

Preperensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preperensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk.

Menurut (Schiffman & Kanuk, 2004) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *financial literacy* yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial adalah tempat dimana masyarakat saling berinteraksi dan melakukan sesuatu secara bersama-sama antar sesame maupun dengan lingkungannya. Contohnya berinteraksi dengan saudara jauh, tetangga, dan orang-orang yang berada dilingkungan tempat tinggal kita.

2. Perilaku Orang Tua

Perilaku orang tua adalah Tindakan atau pun aktifitas yang dimiliki orang tua itu sendiri kepada anaknya dan dipengaruhi oleh sikap, emosi, nilai, etika, dan kekuasaan.

3. Pendidikan Keuangan

Pendidikan keuangan adalah pengetahuan yang benar mengenai cara penggunaan uang.

4. Pengalaman Individu Terhadap Keuangan

Yaitu pengalaman seseorang dalam penggunaan keuangannya itu sendiri.

2.1.4.6 Indikator *Financial Literacy*

Indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat *financial literacy* (Soetiono & Setiawan, 2018):

1. Pengetahuan Keuangan, merupakan komponen penting dari literasi keuangan untuk individu dalam rangka membantu mereka membandingkan produk dan jasa keuangan dan membuat keputusan keuangan yang tepat dan terinformasi dengan baik.
2. Perilaku keuangan, yaitu perilaku menabung secara aktif, berpikir ulang sebelum membeli sesuatu, membayar tagihan tepat waktu, memperhatikan secara seksama permasalahan keuangan dan mempunyai tujuan keuangan jangka Panjang.
3. Sikap keuangan, cenderung untuk mempersiapkan masa depan keuangannya, menyimpan uang untuk jangka panjang dan beranggapan bahwa ada bagian uang untuk disimpan.
4. Tingkat Literasi Keuangan, merupakan sesuatu yang kompleks sebagai dari pengetahuan, sikap dan perilaku keuangan.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan ilmiah mengenai preposisi antarkonsep/antarkonstruk atau pertautan/hubungan antarvariabel penelitian. Pertautan atau hubungan antarvariabel ini penting dikemukakan sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis.

2.2.1 Pengaruh Lifestyle Terhadap Consumptive Behaviour

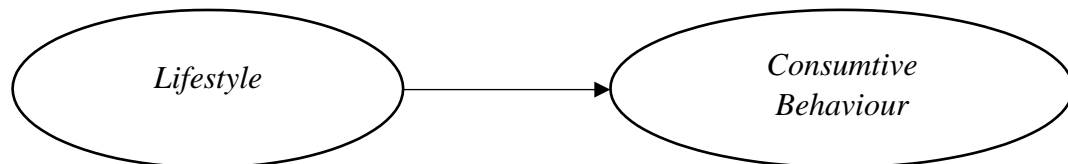
Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan (Pulungan & Febriaty, 2018). *Lifestyle* mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan.

Menurut (Alamanda, 2018) *lifestyle* mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Dalam penelitiannya menunjukkan terdapat pengaruh antara *lifestyle* terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Hasil penelitian yang telah dilakukan (Anggraini & Santhoso, 2019) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *lifestyle hedonis* dengan *consumptive behaviour* pada remaja. Semakin tinggi *lifestyle hedonis* seseorang, maka semakin tinggi pula *consumptive behaviour*-nya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah *lifestyle hedonis* seseorang, maka *consumptive behaviour*-nya semakin rendah.

Seseorang yang mengkonsumsi kebutuhan tidak secara rasional akan cenderung memiliki *lifestyle* yang berlebihan yang mencerminkan pola *consumptive behaviour*. Sesuai dalam penelitian yang dilakukan (Melina & Wulandari, 2018) yang menyatakan bahwa *lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *consumptive behaviour* pada Mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko. Jika semakin mewah *lifestyle* seseorang maka akan meningkatkan *consumptive behaviour* mahasiswi pendidikan ekonomi STKIP YPM Bangko hal ini dapat

dilihat dari besarnya pengaruh yang diberikan oleh *lifestyle* mahasiswa terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa. Maka dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



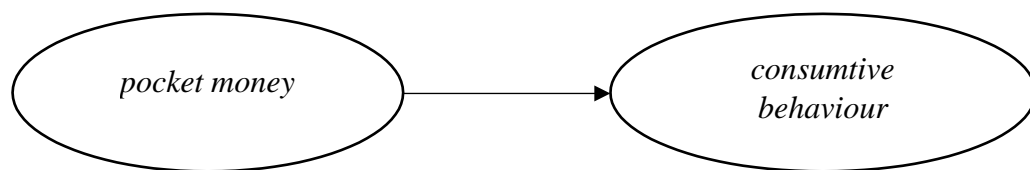
Gambar 2. 1 Pengaruh *Lifestyle* Terhadap *Consumptive Behaviour*

2.2.2 Pengaruh Pocket Money Terhadap Consumptive Behaviour

Pocket money merupakan salah satu indikator pokok pengelolaan keuangan seseorang mahasiswa karena tanpa adanya uang saku maka pengelolaan keuangan tidak akan dilakukan. Dari uang saku inilah yang selanjutnya mahasiswa gunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk selanjutnya mereka alokasikan ke pengeluaran konsumsi mereka baik rutin maupun tidak rutin. Hasil Penelitian (Rozaini & Harahap, 2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *pocket money* terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Umumnya semakin tinggi *pocket money*, semakin tinggi pula kegiatan konsumsi seseorang. Sejalan dengan penelitian (Hidayah & Bowo, 2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *pocket money* terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Hal ini berarti apabila *pocket money* mahasiswa bertambah (meningkat) maka *consumptive behaviour* mahasiswa tersebut juga meningkat. Sebaliknya, jika *pocket money* mahasiswa berkurang (menurun) maka *consumptive behaviour* mahasiswa

tersebut juga menurun. Kemudian hasil penelitian (Kumalasari & Soesilo, 2019) menyatakan tingkat kepemilikan *pocket money* mahasiswa berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Mahasiswa yang memiliki tingkat *pocket money* yang tinggi, maka tingkat *consumptive behaviour*nya juga tinggi. Maka dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Pengaruh *Pocket Money* Terhadap *Consumptive Behaviour*

2.2.3 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour*

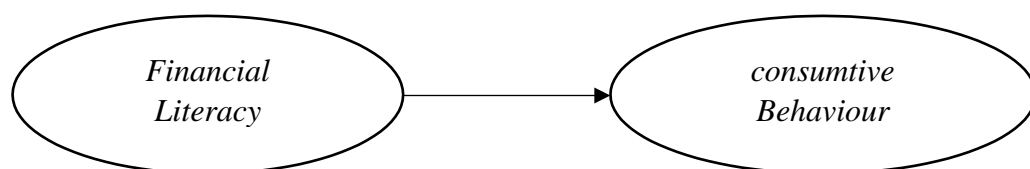
Menurut (Mukmin et al., 2021) *Financial literacy* merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan), kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*mismanagement*) seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan.

Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya. Dengan memahami literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari *consumptive behaviour* dan masalah keuangan (Asisi & Purwantoro, 2020).

Perilaku mahasiswa yang cenderung konsumtif kemudian menimbulkan berbagai perilaku keuangan yang tidak baik seperti kurangnya kegiatan menabung, investasi, perencanaan dana darurat dan penganggaran dana untuk masa depan. Mahasiswa belum menabung secara maksimal, karena pengelolaan keuangan yang masih rendah (Gunawan et al., 2020).

Hasil penelitian (Mawo, Thomas, 2017) menyatakan bahwa *financial literacy* secara parsial berpengaruh negatif terhadap *consumptive behaviour* pada siswa SMAN 1 Kota Bajawa. Besarnya pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumen adalah 1,77%.

Salah satu faktor yang diduga dapat menyebabkan munculnya *consumptive behaviour* adalah kurangnya *financial literacy*. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019) menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap *consumptive behaviour* generasi milenial di Kota Bandung dimana jika *financial literacy* naik maka *consumptive behaviour* akan menurun. Hasil penelitian (Tribuana, 2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *financial literacy* dengan *consumptive behaviour*, dimana tingginya tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa juga akan membuat tingginya tingkat *consumptive behaviour* mahasiswa. Maka dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



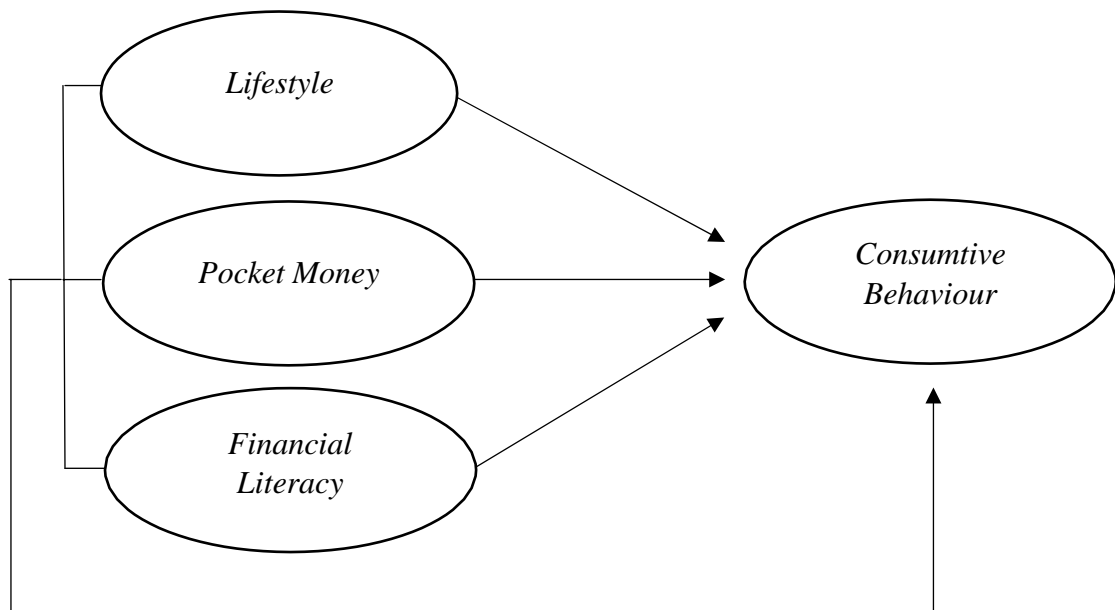
Gambar 2. 3 Pengaruh *financial literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour*

2.2.4

**Pengaruh *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* Terhadap
*Consumptive Behaviour***

Pada penelitian (Yola & Agus, 2021) menunjukkan terdapat pengaruh *lifestyle* dan *pocket money* mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya semakin tinggi *pocket money* mahasiswa maka akan semakin tinggi pula *lifestyle* mahasiswa yang akan mendorong tingkat *consumptive behaviour* dalam keseharian mahasiswa tersebut. Hasil Penelitian (Rismayanti & Oktapiani, 2020) menyatakan bahwa *lifestyle* dan *pocket money* berpengaruh terhadap *consumptive behaviour*.

Lifestyle terus mengalami perkembangan, disebabkan banyak siswa yang memiliki *pocket money* yang banyak karena kedua orang tuanya bekerja, Keluarga juga mempengaruhi *lifestyle* seseorang dan dalam literasi keuangannya. Sesuai dengan penelitian (Kusumaningtyas & Canda Sakti, 2017) menyatakan bahwa *financial literacy* dan *lifestyle* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *consumptive behaviour*. Hasil penelitian (Silalahi, 2020) menyimpulkan bahwa *financial literacy* dan *lifestyle* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *consumptive behaviour* berbelanja online pada mahasiswa STIE Galileo. Maka dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2. 4 Pengaruh *Lifestyle*, *Pocket Money* Dan *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour*

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan, kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah sebelumnya.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. *Lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. *Pocket money* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. *Financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *consumptive behaviour* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. *Lifestyle, pocket money* dan *financial literacy* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *consumptive behaviour* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, penelitian survey merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan menelaah sampel dari suatu populasi yang tersedia (Juliandi et al., 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pendekatan Asosiatif. Menurut (Juliandi et al., 2015) penelitian kuantitatif adalahh analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau numerik tertentu. Pendekatan Asosiatif menurut (Sugiyono, 2012) adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara variabel bebas yaitu *lifestyle, pocket money* dan literasi keuangan terhadap variabel terikat yaitu *consumptive behaviour*.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan penafsiran terhadap istilah dalam penelitian ini, maka menjadi defenisi operasionalnya adalah:

3.2.1 *Consumtive Behaviour* (Y)

Perilaku konsumen didasarkan pada teori ekonomi, bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimumkan keuntungan (kepuasan) mereka dalam membeli barang dan jasa (Schiffman & Kanuk, 2004). Menurut (Mintarti, 2016) *consumtive behaviour* adalah kecenderungan membeli atau mengkonsumsi barang-

barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Sementara menurut (Triyaningsih, 2011) *consumptive behaviour* merupakan suatu perilaku atau kebiasaan yang identik menghambur-hamburkan uang untuk membeli barang-barang yang kurang bermanfaat.

Tabel 3. 1 Indikator *Consumptive Behaviour*

| No | Indikator |
|----|--|
| 1 | Membeli barang karena hadiah menarik |
| 2 | Membeli barang karena kemasan yang menarik |
| 3 | Membeli barang karena menjaga diri dari gengsi |
| 4 | Membeli barang karena discount |
| 5 | Membeli barang untuk status sosial |
| 6 | Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang |
| 7 | Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi |
| 8 | Membeli barang dari dua barang jenis dengan merek yang berbeda |

Sumber: Sumartono dan Djabar (2002) dalam jurnal (Astuti, 2013)

3.2.2 *Lifestyle (X1)*

Menurut (Asisi & Purwantoro, 2020) *lifestyle* adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum *lifestyle* seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya, seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Sementara menurut (Alamanda, 2018) *lifestyle* adalah pola hidup seseorang yang mempunyai ketertarikan dengan aktivitas, minat dan opininya untuk mengatur dan merefleksikan status sosialnya.

Tabel 3. 2 Indikator *Lifestyle*

| No | Indikator |
|----|---------------------|
| 1 | Kegiatan (activity) |
| 2 | Minat (interest) |
| 3 | Opini (opinion) |

Sumber: (Mandey, 2009:93) dalam (Kamaluddin, 2018)

3.2.3 *Pocket Money (X2)*

Menurut (Yola & Agus, 2021) *pocket money* adalah sejumlah uang yang diterima oleh seseorang pada rentang waktu tertentu dan bersumber dari keluarga, beasiswa dan/atau pendapatan dari hasil bekerja/usaha.

Pocket money merupakan uang tambahan yang diberikan orang tua kepada anaknya untuk keperluan pendidikan dan kebutuhan sehari-hari. Pemberian *pocket money* biasanya dilakukan secara teratur yaitu perminggu, perbulan, atau pertahun (Vhalery et al., 2019).

Tabel 3. 3 Indikator *Pocket Money*

| No | Indikator |
|----|---------------------|
| 1 | Literasi keuangan |
| 2 | Pemberian orang tua |
| 3 | Pendapatan |

Sumber: (Sari, 2019)

3.2.4 *Financial Literacy*

Dalam bidang ekonomi terdapat istilah *financial literacy* atau literasi keuangan, secara sederhana *financial literacy* merupakan pengetahuan mengenai keuangan

dengan tujuan setiap orang dapat memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Menurut (Yushita, 2017) *financial literacy* merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (mismanagement).

Tabel 3. 4 Indikator *Financial Literacy*

| No | Indikator |
|----|---------------------------|
| 1 | Pengetahuan keuangan |
| 2 | Perilaku keuangan |
| 3 | Sikap Keuangan |
| 4 | Tingkat literasi keuangan |

Sumber: (Soetiono & Setiawan, 2018)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan yaitu pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang beralamat di Jl. Kapten Mucthar Basri, Medan. Adapun waktu penelitian ini dimulai dari februari 2022 sampai dengan Agustus 2022.

Tabel 3. 5 Waktu Penelitian

| No | Jenis kegiatan | 2022 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|------------------------------|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|--|--|
| | | Februari | | | | Maret | | | | April | | | | Mei | | | | Juni | | | | Juli | | | | Agustus | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| 1 | Prariset penelitian | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengajuan judul | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Penyusunan proposal | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Bimbingan proposal | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Seminar proposal | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Revisi proposal | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Pengolahan dan Analisis data | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Penyusunan skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| 10 | Bimbingan skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| 11 | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2018 yaitu berjumlah 520 mahasiswa.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Sampel dalam penelitian ini harus bersifat representative

atau mewakili agar didapat hasil yang akurat. Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 mahasiswa. Metode yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuisisioner (angket). Menurut (Sugiyono, 2012) kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Setelah itu hasil kuisisioner diukur menggunakan pengukuran skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3. 6 Skala pengukuran likert

| Keterangan | Skor |
|---------------------------|-------------|
| sangat setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Kurang setuju (KS) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Selanjutnya, kuisisioner yang sudah disusun akan diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan dan kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrument valid/benar maka hasil pengukuran pun kemungkinan akan benar (Juliandi et al., 2015). Teknik statistic yang dapat digunakan adalah korelasi:

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

Sumber: (Juliandi et al., 2015)

Dimana:

r_{xy} = Item instrument variabel dengan totalnya

n = Jumlah sampel

$\sum xi$ = Jumlah pengamatan variabel (x)

$\sum yi$ = Jumlah pengamatan variabel (y)

$(\sum xi^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel (x)

$(\sum yi^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel (y)

$(\sum xi)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel (x)

$(\sum yi)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel (x)

$\sum xiyi$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

Berikut adalah kriteria untuk pengujian validitas:

- a) Tolak H_0 atau terima H_a , jika nilai kolerasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig 2- tailed)

- b) Terima H_0 jika nilai kolerasi adalah negatif dan atau probabilitas yang dihitung \geq nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (sig 2 - tailed $\geq \alpha$ 0.05).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Adapun Teknik pengujian pada penelitian ini menggunakan Teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber: (Juliandi et al., 2015)

Dimana:

r = Realibilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σ^2 = varians total

Berikut adalah kriteria untuk pengujian validitas:

- a) Jika hasil Cronbach Alpha $\geq 0,6$ maka instrument variable adalah reliable atau terpercaya.
- b) Jika hasil nilai Cronbach Alpha $\leq 0,6$ maka instrument variable adalah tidak reliable atau tidak terpercaya

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut (Sugiyono, 2012) merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy* berpengaruh terhadap variabel terikatnya *consumptive behaviour*, baik secara simultan maupun parsial. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini:

3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas (Juliandi et al., 2015). Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2012).

Secara umum rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Dimana:

Y = *Consumptive Behaviour*

A = Konstanta

| | |
|------------|-----------------------------|
| X1 | = <i>Lifestyle</i> |
| X2 | = <i>Pocket Money</i> |
| X3 | = <i>financial literacy</i> |
| b1, b2, b3 | = Koefisien regresi |
| e | = Standar Error |

Besarnya konstanta terlihat dari dalam α dan besarnya koefisien regresi dari masing-masing variabel independen ditunjukkan dari β . Dengan kriteria yang digunakan untuk melakukan analisis regresi dapat dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik. Tujuan pengujian ini adalah untuk mendeteksi adanya penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi pada regresi berganda. Sebelum peneliti melakukan uji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian asumsi klasik pada regresi berganda.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

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

3.6.1.1 Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2012) Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut (Juliandi et al., 2015) uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan:

3.6.1.1.1 Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik historisnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.1.1.2 Uji Kolmogorov Smirnov

Menurut (Juliandi et al., 2015) Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.

- a. Jika angka signifikan $> 0,05$ maka data mempunyai distribusi yang normal.
- b. Jika angka signifikan $< 0,05$ maka data tidak mempunyai distribusi yang normal.

3.6.1.2 Uji Multikoleniaritas

Menurut (Juliandi et al., 2015) Multikoleniaritas digunakan untuk menguji pada apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian.

Uji multikoleniaritas dengan Statistical Program For Social Science (SPSS) dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (Variance Inflasi Factor)

dan koefisien korelasi antara variabel bebas. Kriteria yang digunakan menurut (Ghozali, 2016) adalah:

- a. Jika nilai VIF disekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati 1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolerianitas.
- b. Jika koefisiensi antara variabel bebas kurang dari 0,10 maka menunjukkan adanya multikoleniaritas.

3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Juliandi et al., 2015) Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

Pengujian uji-t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau independen variabel (X_i) apakah *Lifestyle* (X_1), *Pocket Money* (X_2) Dan *Financial*

Literacy (X3) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen variable *Consumptive Behaviour*(Y).

Untuk mengetahui tingkat signifikan dapat dilakukan uji-t dengan rumus, yaitu:

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

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Dimana:

$t = t_{hitung}$ yang dikonsultasikan dengan tabel

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Ketentuan:

- a. Jika nilai t dengan probabilitas kolerasi yakni sig-2 tailed $<$ taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka H_0 diterima.
- b. Jika nilai t dengan probabilitas t dengan korelasi yakni sig-2 tailed $>$ taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka H_0 ditolak.

Bentuk pengujian:

H_0 : $r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H_0 : $r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Kriteria Pengambilan Keputusan:

H_0 diterima jika: $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pada $\alpha = 0,05$, $df = n-2$

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

3.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau independen variabel (X_i) mempunyai pengaruh yang positif atau negative, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen variabel (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi ganda dapat dihitung dengan rumus berikut:

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

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Keterangan:

- F = Tingkat signifikan
 R^2 = Koefisien korelasi ganda
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah sampel

Keterangan:

F_{hitung} = Hasil perhitungan korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat.
 F_{tabel} = Nilai F dalam F_{tabel} berdasarkan n (sampel penelitian)

Kriteria

Bentuk pengujian hipotesis dengan uji F

- a. $H_0 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
- b. $H_a \neq 0$ berarti secara bersama-sama ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Keterangan:

Tolak H_0 apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ - $> f_{hitung} > - f_{tabel}$

Tolak H_0 apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ - $> f_{hitung} > - f_{tabel}$

3.7.3 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (*lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy*) dalam menerangkan variabel dependen (*consumptive behaviour*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil. Dan jika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar dengan rumus determinasi sebagai berikut:

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

Sumber: (Sugiyono, 2017)

Keterangan:

D = Koefisien Determinasi.

R^2 = Koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% = Persentase Kontribusi.

Untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel X_1 (*Lifestyle*) dan X_2 (*Pocket Money*) dan X_3 (*Financial Literacy*) terhadap Y (*Consumptive Behaviour*). Untuk memudahkan penulis dalam mengelola dan menganalisis data, penulis dibantu oleh program komputer yaitu *Statistical Program for Sosial Science* (SPSS) versi 25.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrument dalam bentuk kuisisioner sebanyak 42 item pernyataan yang terdiri dari 10 item pernyataan untuk variable *Lifestyle* (X1), 9 item pernyataan untuk variable *Pocket Money* (X2), 12 item pernyataan untuk variable *Financial Literacy* (X3) dan 11 item pernyataan untuk variable *Consumptive Behaviour* (Y). Kuisisioner penelitian ini disebarakan dan diberikan kepada 100 mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Stambuk 2018 sebagai sampel penelitian. Hasil data kuisisioner yang disebarakan kemudian diberikan nilai dengan metode skala likert dan kemudian ditabulasi dan diolah dengan menggunakan program SPSS.

4.1.1. Karakteristik responden

Untuk mengetahui identitas responden yang terdapat pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2018 yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin dan uang saku yang didapatkan selama satu bulan.

a. Jenis Kelamin

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|----------------------|---------------|-----------------------|
| Laki-Laki | 59 | 59% |
| Perempuan | 41 | 41% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan dari tabel responden jenis kelamin menunjukkan bahwa yang lebih mendominasi adalah jenis kelamin laki-laki sebanyak 59 orang atau 59% sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 41 orang atau 49%. Maka dengan kata lain responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada jenis kelamin perempuan yang terdapat pada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2018.

b. Usia

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan usia dari 100 responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Persentase (%) |
|-------------|---------------|-----------------------|
| 20 Tahun | - | - |
| 21 Tahun | 18 | 18% |
| 22 Tahun | 67 | 67% |
| > 22 tahun | 15 | 15% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel jenis kelamin diatas diketahui bahwa mayoritas usia responden yaitu pada usia 22 tahun yaitu sebanyak 67 orang atau 67%, usia 21 tahun sebanyak 18 orang atau 18% dan usia > 22 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, sedangkan usia 20 tahun sebanyak 0 karena tidak ada responden yang berusia 20 tahun.

c. Uang saku perbulan

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan uang saku selama satu bulan dari 100 responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Berdasarkan Uang Saku Perbulan

| Uang Saku Perbulan | Jumlah | Persentase (%) |
|---------------------------|---------------|-----------------------|
| Rp 1.000.000 | 30 | 30% |
| Rp 1.500.000 | 27 | 27% |
| Rp 2.000.000 | 17 | 17% |
| Rp 2.500.000 | 7 | 7% |
| > Rp 2.500.000 | 19 | 19% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel uang saku menunjukkan bahwa mayoritas responden mendapatkan uang saku Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 30 orang atau 30%, kemudian responden yang mendapatkan uang saku Rp 1.500.000 sebanyak 27 orang atau 27%, uang saku Rp 2.000.000 sebanyak 17 orang atau 17% dan uang saku > Rp 2.500.000 sebanyak 19 orang atau 19%, dan yang paling sedikit uang saku Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 7 orang atau 7%. Dengan demikian mayoritas responden berdasarkan uang saku perbulan pada penelitian ini lebih didominasi oleh responden yang memiliki atau mendapatkan uang saku Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 30 orang atau 30%.

4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu *Consumptive Behaviour* (Y), *Lifestyle* (X1), *Pocket Money* (X2) dan *Finacial Literacy* (X3). Deskripsi dari pernyataan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan penulis kepada responden.

4.1.2.1. Variabel *Lifestyle* (X1)

Tabel 4. 4 Skor Kuisisioner Untuk variabel *Lifestyle*

| Jawaban Kuisisioner <i>Lifestyle</i> (X1) | | | | | | | | | | | | |
|---|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|-----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 7 | 7% | 43 | 43% | 34 | 34% | 15 | 15% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.2 | 8 | 8% | 24 | 24% | 42 | 42% | 25 | 25% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.3 | 1 | 1% | 15 | 15% | 41 | 41% | 34 | 34% | 9 | 9% | 100 | 100% |
| X1.4 | 5 | 5% | 36 | 36% | 42 | 42% | 15 | 15% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.5 | 2 | 2% | 32 | 32% | 45 | 45% | 18 | 18% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| X1.6 | 7 | 7% | 58 | 58% | 31 | 31% | 4 | 4% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.7 | 5 | 5% | 37 | 37% | 40 | 40% | 16 | 16% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.8 | 12 | 12% | 47 | 47% | 27 | 27% | 13 | 13% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.9 | 3 | 3% | 4 | 4% | 20 | 20% | 32 | 32% | 41 | 41% | 100 | 100% |
| X1.10 | 7 | 7% | 42 | 43% | 30 | 30% | 14 | 14% | 7 | 7% | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Dari tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel

Lifestyle adalah:

1. Jawaban responden mengenai Saya senang menggunakan barang branded, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 43 orang (43%)
2. Jawaban responden Saya senang berpergian dan berbelanja di mall, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 42 orang (42%).
3. Jawaban responden Saya senang menjadi pusat perhatian, mayoritas responden menjawab sangat kurang setuju sebanyak 41 orang (41%).
4. Jawaban responden Saya senang bergaya dalam kehidupan sehari-hari, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 42 orang (42%).
5. Jawaban responden Saya senang memperhatikan dan menirukan gaya seseorang yang saya anggap baik dan bagus, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 45 orang (45%).

6. Jawaban responden Saya mengisi waktu luang bersama teman-teman dengan jalan-jalan (hangout) di coffeshop, café atau mall, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 58 orang (58%).
7. Jawaban responden Saya senang mengikuti trend fashion agar terlihat bagus dimata orang lain, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 40 orang (40%).
8. Jawaban responden Menurut saya produk mahal yang bermerk (branded) mencerminkan selera yang tinggi, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 47 orang (47%).
9. Jawaban responden Saya rela meminjam uang teman atau dengan kredit untuk membeli barang yang saya inginkan, mayoritas responden menjawab Sangat tidak setuju sebanyak 41 orang (41%).
10. Jawaban responden Menurut saya menggunakan barang dengan produk ternama akan dipandang memiliki status sosial yang tinggi dalam lingkungan pertemanan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 43 orang (43%).

4.1.2.2. Variabel *Pocket Money* (X2)

Tabel 4. 5 Skor Kuisisioner untuk Variabel *Pocket Money*

| Jawaban Kuisisioner <i>Pocket Money</i> (X2) | | | | | | | | | | | | |
|--|----|-----|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 34 | 34% | 61 | 61% | 5 | 5% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.2 | 18 | 18% | 58 | 58% | 14 | 14% | 9 | 9% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.3 | 12 | 12% | 58 | 58% | 17 | 17% | 8 | 8% | 5 | 5% | 100 | 100% |
| X1.4 | 45 | 45% | 51 | 51% | 4 | 4% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.5 | 47 | 47% | 51 | 51% | 2 | 2% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.6 | 33 | 33% | 57 | 57% | 10 | 10% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.7 | 21 | 21% | 52 | 52% | 16 | 16% | 9 | 9% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.8 | 29 | 29% | 50 | 50% | 16 | 16% | 4 | 4% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.9 | 15 | 15% | 51 | 51% | 23 | 23% | 6 | 6% | 5 | 5% | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Dari tabel 4.5 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel *Pocket Money* adalah:

1. Jawaban responden mengenai Saya dapat mengelola uang saku saya dengan baik dan benar, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 61 orang (61%)
2. Jawaban responden Saya menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 58 orang (58%).
3. Jawaban responden Saya mencatat anggaran pengeluaran uang saku baik harian,mingguan ataupun bulanan guna membantu pengelolaan uang saku saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang (58%).
4. Jawaban responden Menurut saya dengan adanya kebiasaan mengatur pengeluaran keuangan saya lebih bisa berhati-hati dalam mengelola keuangan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 orang (51%).
5. Jawaban responden Saya mendapatkan uang saku dari pemberian orang tua ataupun hasil kerja sendiri, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 orang (51%).
6. Jawaban responden Uang saku yang saya dapatkan cukup untuk memenuhi kebutuhan selama satu bulan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 57 orang (57%).
7. Jawaban responden Saya menyisihkan uang saku untuk ditabung dan investasi, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 52 orang (52 %).
8. Jawaban responden Saya menyisihkan uang saku untuk ditabung dan investasi, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 50 orang (50%).

9. Jawaban responden Saya mendapatkan uang saku tambahan dari kakak/abang ataupun keluarga lain untuk menambah jumlah uang saku bulanan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 orang (51%).

4.1.2.3. Variabel *Financial Literacy* (X3)

Tabel 4. 6 Skor Kuisisioner Untuk Variabel *Financial literacy*

| Jawaban Kuisisioner <i>Financial Literacy</i> (X3) | | | | | | | | | | | | |
|--|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 25 | 25% | 61 | 61% | 11 | 11% | 3 | 3% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.2 | 10 | 10% | 77 | 77% | 11 | 11% | 1 | 1% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.3 | 24 | 24% | 59 | 59% | 13 | 13% | 4 | 4% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.4 | 26 | 26% | 51 | 51% | 20 | 20% | 3 | 3% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.5 | 18 | 18% | 53 | 53% | 18 | 18% | 11 | 11% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.6 | 23 | 23% | 58 | 58% | 14 | 14% | 5 | 5% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.7 | 24 | 24% | 51 | 51% | 20 | 20% | 5 | 5% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.8 | 22 | 22% | 55 | 55% | 13 | 13% | 9 | 9% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.9 | 31 | 31% | 58 | 58% | 9 | 9% | 2 | 2% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.10 | 40 | 40% | 56 | 56% | 4 | 4% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.11 | 34 | 34% | 59 | 59% | 7 | 7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.12 | 30 | 30% | 60 | 60% | 7 | 7% | 2 | 2% | 1 | 1% | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Dari tabel 4.6 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel

Financial Literacy adalah:

1. Jawaban responden mengenai Saya memiliki pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 61 orang (61%)
2. Jawaban responden Saya memiliki pengetahuan dalam membuat perencanaan keuangan yang baik dan bijaksana, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 77 orang (77%).

3. Jawaban responden Menurut saya memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan sangat membantu dalam mengelola keuangan yang kita miliki, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 59 orang (59%).
4. Jawaban responden Saya mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 orang (51%).
5. Jawaban responden Saya selalu membuat catatan pengeluaran, guna memantau pengeluaran yang tidak diperlukan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 53 orang (53%).
6. Jawaban responden Saya menabung secara rutin setiap bulannya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 58 orang (58%).
7. Jawaban responden Saya mengendalikan uang pribadi saya dengan baik dan benar, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 orang (51%).
8. Jawaban responden Saya membuat anggaran pribadi untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 55 orang (55%).
9. Jawaban responden Saya membuat anggaran pribadi untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 58 orang (58%).
10. Jawaban responden Saya sering membandingkan harga Ketika membeli sesuatu, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 56 orang (56%).
11. Jawaban responden Saya membayar tagihan tepat pada waktunya (seperti: uang kos, uang catering, hutang, dll), mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 59 orang (59%).

12. Jawaban responden Saya bangga dengan kemampuan saya dalam menganggarkan uang, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60%).

4.1.2.4. Variabel *Consumptive Behaviour* (Y)

Tabel 4. 7 Skor Kuisisioner Untuk Variabel *Consumptive Behaviour*

| Jawaban Kuisisioner <i>Consumptive Behaviour</i> (Y) | | | | | | | | | | | | |
|--|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 8 | 8% | 56 | 56% | 22 | 22% | 11 | 11% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| X1.2 | 9 | 9% | 60 | 60% | 25 | 25% | 4 | 4% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.3 | 2 | 2% | 25 | 25% | 44 | 44% | 23 | 23% | 6 | 6% | 100 | 100% |
| X1.4 | 22 | 22% | 56 | 56% | 17 | 17% | 2 | 2% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| X1.5 | 10 | 10% | 26 | 26% | 44 | 44% | 15 | 15% | 5 | 5% | 100 | 100% |
| X1.6 | 3 | 3% | 49 | 49% | 33 | 33% | 13 | 13% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.7 | 2 | 2% | 39 | 39% | 34 | 34% | 18 | 18% | 7 | 7% | 100 | 100% |
| X1.8 | 10 | 10% | 47 | 47% | 30 | 30% | 11 | 11% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.9 | 9 | 9% | 41 | 41% | 34 | 34% | 10 | 10% | 6 | 6% | 100 | 100% |
| X1.10 | 4 | 3% | 32 | 32% | 42 | 42% | 18 | 18% | 4 | 4% | 100 | 100% |
| X1.11 | 25 | 25% | 48 | 48% | 19 | 19% | 2 | 2% | 6 | 6% | 100 | 100% |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Dari tabel 4.7 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel

Consumptive Behaviour adalah:

1. Jawaban responden mengenai Saya pernah membeli barang karena mendapatkan hadiah menarik/diiming-imingi hadiah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 56 orang (56%)
2. Jawaban responden Saya pernah membeli produk karena kemasan yang menarik/unik, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (60%).

3. Jawaban responden Saya membeli produk berdasarkan brand/merek untuk menjaga penampilan diri dari gengsi, mayoritas responden menjawab sangat kurang setuju sebanyak 44 orang (44%).
4. Jawaban responden Saya membeli produk karena diskon, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 56 orang (56%).
5. Jawaban responden Saya membeli produk agar terlihat lebih keren/bagus dimata orang lain, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 44 orang (44%).
6. Jawaban responden Saya membeli produk karena pengaruh model yang mengiklankan barang seperti hasil review selebgram atau artis ternama dimedia sosial, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 49 orang (49%).
7. Jawaban responden Saya membeli produk yang harganya mahal agar dapat menumbuhkan rasa percaya diri saya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 39 orang (39%).
8. Jawaban responden Saya membeli produk sejenis dengan merek yang berbeda, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 47 orang (47%).
9. Jawaban responden Saya sering membeli barang sesuai keinginan padahal tidak terlalu butuh, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 41 orang (41%).
10. Jawaban responden Saya membeli barang untuk mengikuti trend yang sedang zaman pada saat ini, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 42 orang (42%).

11. Jawaban responden Saya membeli barang tidak berdasarkan harga tetapi berdasarkan kualitas, mutu dan merk, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 48 orang (48%).

4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1. Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas berdasarkan tabulasi data (lampiran) maka berikut akan dilakukan pengujian validitas terhadap butir-butir pertanyaan. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25.

Tabel 4. 8 Hasil pengujian variabel *Lifestyle* (X₁)

| Item | Nilai Korelasi r_{hitung} | Nilai Ketentuan r_{tabel} | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------|------------|
| 1 | 0,639 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,729 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,726 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,657 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 5 | 0,540 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,457 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,643 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,621 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,522 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 10 | 0,557 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen variabel *Lifestyle* (X₁) di atas, diperoleh nilai korelasi atau r_{hitung} . Nilai ini kemudian di bandingkan dengan nilai r_{tabel} (nilai ketentuan), pada tahap berikutnya r_{tabel} dicari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100, maka didapat nilai ketentuan r_{tabel} sebesar 0,1966 (pada uji 2 sisi atau *2-Tailed*).

Berdasarkan uji validitas instrumen variable *Lifestyle* (X₁) di atas dapat

dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan nilai $r_{hitung} >$ dari $r_{tabel} = 0,1966$. Dengan demikian instrumen variabel *Lifestyle* (X_1) dalam penelitian ini dapat digunakan secara keseluruhan untuk diikutsertakan pada uji selanjutnya.

Berikut hasil pengujian validitas data instrumen penelitian pada variabel *Pocket Money* (X_2) yang sudah di uji:

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Variabel *Pocket Money* (X_2)

| Item | Nilai Korelasi r_{hitung} | Nilai Ketentuan r_{tabel} | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------|------------|
| 1 | 0,354 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 2 | 0,635 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 3 | 0,689 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 4 | 0,451 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 5 | 0,553 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 6 | 0,618 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 7 | 0,662 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 8 | 0,749 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |
| 9 | 0,335 | 0,1966 | $0,000 < 0,05$ | Valid |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Berdasarkan uji validitas instrumen variabel *Pocket Money* (X_2) di atas dapat dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan nilai $r_{hitung} >$ dari $r_{tabel} = 0,1966$. item pernyataan pada variabel *Pocket Money* (X_2) dinyatakan valid dengan alasan karena semua item pada instrument yang digunakan berada pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 dengan perolehan nilai r_{hitung} sudah melebihi dari nilai ketentuan r_{tabel} sebesar 0,1966 (pada uji 2 sisi atau *2-Tailed*). Dengan demikian instrumen variabel *Pocket Money* (X_2) dalam penelitian ini dapat digunakan secara keseluruhan untuk diikutsertakan pada uji selanjutnya.

Berikut hasil pengujian validitas data instrumen penelitian pada variabel *Financial Literacy* (X3) yang sudah di uji:

Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Variabel *Financial Literacy* (X3)

| Item | Nilai Korelasi r_{hitung} | Nilai Ketentuan r_{tabel} | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------|------------|
| 1 | 0,370 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,623 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,408 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,357 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 5 | 0,591 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,570 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,538 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,565 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,561 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 10 | 0,295 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 11 | 0,573 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 12 | 0,593 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Berdasarkan uji validitas instrumen variabel *Financial Literacy* (X3) di atas dapat dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan nilai $r_{hitung} >$ dari $r_{tabel} = 0,1966$. item pernyataan pada variabel *Financial Literacy* (X3) dinyatakan valid dengan alasan karena semua item pada instrument yang digunakan berada pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 dengan perolehan nilai r_{hitung} sudah melebihi dari nilai ketentuan r_{tabel} sebesar 0,1966 (pada uji 2 sisi atau *2-Tailed*). Dengan demikian instrumen variabel *Financial Literacy* (X3) dalam penelitian ini dapat digunakan secara keseluruhan untuk diikutsertakan pada uji selanjutnya.

Berikut hasil pengujian validitas data instrumen penelitian pada variabel *Consumtive Behaviour* (Y) yang sudah di uji:

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Variabel *Consumptive Behaviour* (Y)

| Item | Nilai Korelasi r_{hitung} | Nilai Ketentuan r_{tabel} | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------|------------|
| 1 | 0,547 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,545 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,715 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,563 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 5 | 0,721 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,686 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,687 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,548 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,587 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 10 | 0,721 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 11 | 0,513 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Berdasarkan uji validitas instrument pada variabel *Consumptive Behaviour* (Y) di atas dapat dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan perolehan nilai nilai $r_{hitung} >$ dari $r_{tabel} = 0,1966$. Dengan demikian instrument variabel *Consumptive Behaviour* (Y) yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat digunakan secara keseluruhan untuk diikutsertakan pada uji selanjutnya.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus cronbach alpha. Berdasarkan tabulasi data (lampiran) maka berikut akan dilakukan pengujian reliabilitas terhadap variabel-variabel. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 25 adapun hasil pengujian yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Reliabilitas | keterangan |
|----------------------------------|------------------|--------------------|------------|
| <i>Lifestyle (X1)</i> | 0,810 | 0,60 | Realibel |
| <i>Pocket Money (X2)</i> | 0,709 | 0,60 | Realibel |
| <i>Financial Literacy (X3)</i> | 0,531 | 0,60 | Realibel |
| <i>Consumptive Behaviour (Y)</i> | 0,839 | 0,60 | Realibel |

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data olah)

Berdasarkan data tabel uji reliabilitas di atas dapat dipahami bahwa masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *reliabilitas* yang berbeda-beda dengan nilai *cronbach'alpha* pada variabel $X_1 = 0,810$, variabel (X_2) = 0,709 dan variabel (X_3) = 0,531. Sedangkan variabel (Y) = 0,839. Nilai uji reliabilitas instrumen tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai ketentuan koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) $>0,60$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument pada variabel penelitian ini semuanya memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain memiliki kehandalan (terpercaya) dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.3. Hasil Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data yang berasal dari data-data yang telah dideskripsikan dari data sebelumnya berdasarkan instrumen penelitian yang sudah divalidkan dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi (handal). Data yang dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk suatu statistik tertentu dengan melakukan pengujian hipotesis untuk pengambilan kesimpulan, yang dirangkum dalam regresi linear berganda.

4.3.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 17.853 | 7.173 | | 2.489 | .015 |
| | Lifestyle | .538 | .105 | .466 | 5.105 | .000 |
| | Pocket Money | .037 | .154 | .023 | .241 | .810 |
| | Financial Literacy | .034 | .092 | .035 | .363 | .717 |

a. Dependent Variable: Consumtive Behaviour

Sumber: data olah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada Tabel 4.13 Maka persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 17,853 + 0,538X_1 + 0,037X_2 + 0,034X_3$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa :

1. Konstanta sebesar 17,853 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen dianggap konstan yaitu *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* maka nilai *Consumtive Behaviour* akan meningkat sebesar 17,853.
2. *Lifestyle* (X_1) sebesar 0,538 dengan arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila *Lifestyle* mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan *consumtive Behaviour* sebesar 0,538 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. *Pocket Money* (X_2) sebesar 0,037 dengan arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila *Pocket Money* mengalami penurunan maka akan diikuti oleh kenaikan *Consumtive Behaviour* sebesar 0,037 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
4. *Financial Literacy* (X_3) sebesar 0,034 dengan arah pengaruh positif

menunjukkan bahwa apabila *Financial Literacy* mengalami penurunan maka akan diikuti oleh kenaikan *Financial Management Behaviour* sebesar 0,034 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

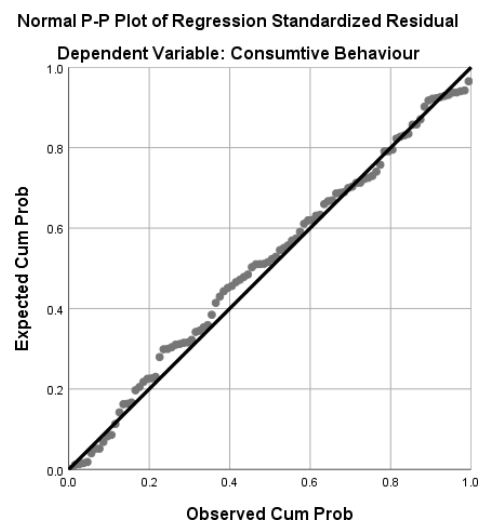
4.3.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Juliandi et al., 2015). Data yang berdistribusi normal tersebut dapat dilihat melalui grafik p-plot. Menurut Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Kriteria pengujiannya adalah :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Gambar 4. 1 Uji Normalitas



Sumber: data olah SPSS (2022)

Berdasarkan dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal. Uji normalitas ini yang dilakukan dengan menggunakan p-plot diatas, dapat dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan sudah memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu, kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data dapat dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov. Dengan cara dilihat pada nilai Sig. (signifikansi).

1. Jika signifikansi $< 0,05$, kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka dapat berdistribusi normal

Tabel 4. 14 Uji Smirnov Kolgomorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 5.51878600 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .066 |
| | Positive | .045 |
| | Negative | -.066 |
| Test Statistic | | .066 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data olah SPSS (2022)

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.14 diatas, diperoleh besarnya nilai signifikan kolgomorov smirnov adalah 0,200. Sehingga disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikansinya lebih dari dari 0,05 (karena Asymp. Sig (2 - tailed) $0,200 > 0,05$ dengan demikian secara keseluruhan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

4.3.2.2. Uji Multikoleniaritas

Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan bagi toleransi adalah lebih besar dari 0,01 dan untuk VIF kurang dari 10.

Tabel 4. 15 Uji Multikoleniaritas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Lifestyle | .983 | 1.017 |
| | Pocket Money | .903 | 1.107 |
| | Financial Literacy | .891 | 1.122 |

a. Dependent Variable: Consumptive Behaviour

Sumber: data olah SPSS (2022)

Tabel 4.15 menunjukkan Hasil uji multikolinieritas, dapat dilihat pada tabel Coefficients kolom tolerance dan VIF dapat di lihat di atas. Nilai VIF untuk variabel *Lifestyle* yaitu 1,017 dengan Tolerance 0,983, VIF untuk variabel *Pocket Money* yaitu 1,084 dengan tolerance 0,903 dan untuk variabel *financial Literacy* yaitu 1,122 dengan tolerance 0,891. Karena nilai Tolerance dari ketiga variabel > 0,10 dan VIF dari kedua variabel < dari 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel bebas tersebut. Berdasarkan syarat asumsi klasik regresi linier, bahwa model regresi linier yang baik adalah yang terbebas dari adanya multikolinieritas. Dengan demikian, model di atas telah terbebas dari adanya multikolinieritas.

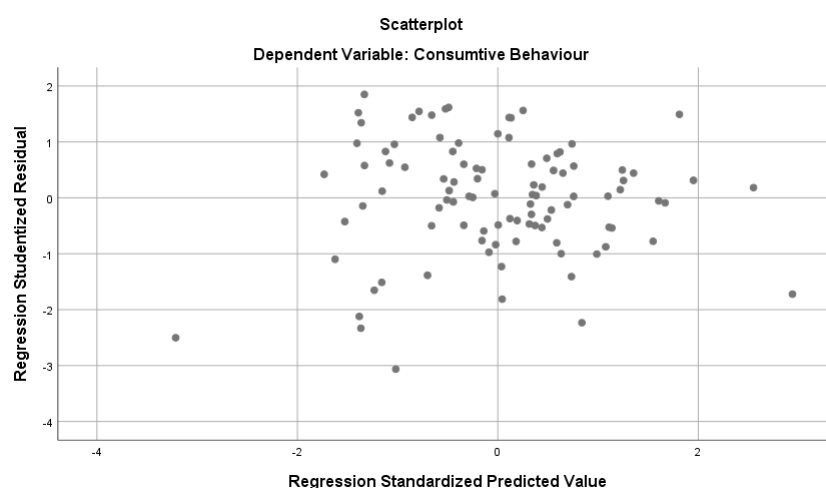
4.3.2.3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedasitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedasitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedasitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedasitas. Deteksi heterokedasitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SPRESID (nilai residualnya) (Juliandi et al., 2015).

Dasar kriteria dalam uji heterokedasitas ini adalah sebagai berikut :

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

Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas



Sumber: data olah SPSS (2022)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4. Hasil Uji Hipotesis

4.4.1. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t yang digunakan dalam analisis ini digunakan untuk menilai kapasitas masing-masing variable independent (Sugiyono, 2019) Penjelasan lain dari uji t adalah untuk menguji apakah variabel independen (X) memiliki hubungan yang signifikan atau tidak signifikan, baik sebagian maupun independen, terhadap variable dependen (Y) dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% atau 0,05.

Adapun metode dalam penentuan t_{table} menggunakan ketentuan tingkat signifikan 5% dengan $df=n-k-1$ (pada penelitian ini $n-dt-1 = 100-3-1 = 96$), sehingga didapat nilai t_{table} sebesar 1,66088.

Dasar pengambilan keputusan uji t (parsial) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} .
 - a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, hipotesis diterima maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (maka tolak H_0).
 - b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, hipotesis ditolak maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (maka terima H_0).
2. Berdasarkan nilai signifikan
 - a. Jika nilai sig. $< 0,05$ maka variabel bebas signifikan terhadap variabel terikat (maka tolak H_0).

- b. Jika nilai sig. > 0,05 maka variabel bebas tidak signifikan terhadap variabel terikat (maka terima H_0).

Adapun data hasil pengujian yang diperoleh dari SPSS 25 dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4. 16 Uji t

| Model | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 17.853 | 7.173 | | 2.489 | .015 |
| | Lifestyle | .538 | .105 | .466 | 5.105 | .000 |
| | Pocket Money | .037 | .154 | .023 | .241 | .810 |
| | Financial Literacy | .034 | .092 | .035 | .363 | .717 |

a. Dependent Variable: Consumptive Behaviour

Sumber: data olah SPSS (2022)

1. Pengaruh *Lifestyle* Terhadap *Consumptive Behaviour*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Lifestyle* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Consumptive Behaviour* dimana $t_{hitung} = 5.105$. dan $t_{tabel} = 1,66088$. Didalam hal ini $t_{hitung} 5.105 > t_{tabel} 1,66088$. Ini berarti H_0 ditolak berarti berpengaruh antara *Lifestyle* terhadap *Consumptive Behaviour*.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak, ini berarti antara *Lifestyle* terhadap *Consumptive Behaviour* berpengaruh signifikan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU.

2. Pengaruh *Pocket Money* Terhadap *Consumptive Behaviour*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Pocket Money* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak

terhadap *Consumptive Behaviour* dimana $t_{hitung} = 0,241$. dan $t_{tabel} = 1,66088$. Didalam hal ini $t_{hitung} 0,241 < t_{tabel} 1,66088$. Ini berarti H_0 diterima berarti tidak berpengaruh antara *Pocket Money* terhadap *Consumptive Behaviour*.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,810 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,810 > 0,05$, sehingga H_0 di terima, ini berarti antara *Lifestyle* terhadap *Consumptive Behaviour* tidak berpengaruh signifikan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU.

3. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Financial Literacy* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Consumptive Behaviour* dimana $t_{hitung} = 0,363$. dan $t_{tabel} = 1,66088$. Didalam hal ini $t_{hitung} 0,363 < t_{tabel} 1,66088$. Ini berarti H_0 diterima berarti tidak berpengaruh antara *Financial Literacy* terhadap *Consumptive Behaviour*.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,717 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,717 > 0,05$, sehingga H_0 di terima, ini berarti antara *Financial Literacy* terhadap *Consumptive Behaviour* tidak berpengaruh signifikan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU.

4.4.2. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F atau juga disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu insentif dan motivasi untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat yaitu produktivitas kerja. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol (Sugiyono, 2019).

Dasar pengambilan keputusan uji F (Simultan) adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan nilai f hitung dan f tabel
 - a. Jika nilai f hitung $>$ f tabel, hipotesis diterima maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (maka tolak H_0).
 - b. Jika nilai f hitung $<$ f tabel hipotesis ditolak maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (maka terima H_0).
2. Berdasarkan nilai signifikan
 - a. Jika nilai sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai sig. $>$ 0,05 maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Tabel 4. 17 Uji f

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 820.517 | 3 | 273.506 | 8.708 | .000 ^b |
| | Residual | 3015.243 | 96 | 31.409 | | |
| | Total | 3835.760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Consumtive Behaviour

b. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Lifestyle, Pocket Money

Sumber: data olah SPSS (2022)

Dari tabel 4.17 diatas bisa dilihat bahwa nilai F adalah 8,708, kemudian nilai sig nya adalah 0,000. Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%, uji dua pihak dan $dk = n-k-1$

Bedasarkan tabel 4.17 diatas diperoleh F_{hitung} untuk variabel sebesar 8,708 untuk kesalahan 5%.

$$F_{tabel} = n - df - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$F_{hitung} = 8,708 \text{ dan } F_{tabel} = 2,70$$

Didalam hal ini $F_{hitung} 8,708 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 < 0,05$, Ini berarti H_a dan H_o di tolak.

Artinya secara simultan antara *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* berpengaruh signifikan terhadap *Consumptive Behaviour* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU.

4.4.3. Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai R-Square dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai suatu variable terikat dipengaruhi oleh variasi nilai suatu variable bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai kolerasi sebesar -1 atau 1 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sempurna antara kedua variable, sedangkan nilai koefisien korelasi 0 menunjukkan hubungan antara kedua variable sama sekali tidak sempurna (Sugiyono, 2019).

Berikut adalah hasil pengujian statistiknya :

Tabel 4. 18 Koefisien Detreminasi (R)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .463 ^a | .214 | .189 | 5.604 |

a. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Lifestyle, Pocket Money

b. Dependent Variable: Consumptive Behaviour

Sumber: data olah SPSS (2022)

Semakin tinggi nilai R-square maka akan semakin baik bagi model regresi, karena berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya juga semakin besar. nilai R-square 0,214 menunjukkan 21,4% variabel *Consumptive Behaviour* (Y) dipengaruhi *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* Sisanya 78,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5. Hasil Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan diuraikan melalui hipotesis dari penelitian sesuai dengan analisis data yang sudah dilakukan sebelumnya, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut:

4.5.1. Pengaruh *Lifestyle Terhadap Consumptive Behaviour*

Lifestyle adalah kemampuan seseorang untuk menghabiskan waktu pada kebiasaan menghabiskan uang yang mereka miliki untuk mendapatkan pengakuan sosial. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh antara *lifestyle* (X1) terhadap *consumptive behaviour* (Y) di peroleh ttabel sebesar 1,66088, dan perolehan nilai thitung sebesar 5.105 dengan artian bahwa thitung > ttabel dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel *lifestyle* (X1) terhadap variable *consumptive behaviour* (Y) pada Mahasiswa program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kusumaningtyas & Canda Sakti, 2017), (Anggraini & Santhoso, 2017), (Pulungan & Febriaty, 2018) dan (Alamanda, 2018) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hal ini memiliki implikasi bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang. Hal ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh (Suyanto, 2013) bahwa gaya hidup berhubungan dengan upaya membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.

4.5.2. Pengaruh *Pocket Money* Terhadap *Consumptive Behaviour*

Pocket money adalah uang yang diberikan oleh orang tua untuk dapat memenuhi keperluan dan kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh antara *pocket money* (X2) terhadap *consumptive behaviour* (Y) di peroleh t_{tabel} sebesar 1,66088, dan perolehan nilai t_{hitung} sebesar 0,241 dengan artian bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,810 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel *pocket money* (X2) terhadap variabel *consumptive behaviour* (Y) pada Mahasiswa program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Kumalasari & Soesilo, 2019), (Rozaini & Harahap, 2019) dan (Hidayah & Bowo, 2019) yang mengatakan bahwa *pocket money* berpengaruh signifikan terhadap *consumptive behaviour*. Sejauh ini belum saya temukan penelitian terdahulu yang sesuai dengan hasil penelitian saya. Menurut penulis dalam penelitian ini masih banyak mahasiswa yang menggunakan *pocket money*nya dengan baik dan tepat, sehingga tidak terjadi perilaku yang konsumtif atau perilaku yang suka boros ataupun suka menghamburkan uang demi menjaga gengsi atau terlihat baik dimata orang lain. Mereka mampu mengontrol diri untuk hemat dan tidak membelanjakan uangnya untuk hal yang tidak perlu dibelanjakan sehingga *pocket money* tersebut baik dan teratur juga harus cukup untuk satu bulan.

Bagi mahasiswa yang menerima *pocket money* yang tidak terlalu tinggi maka pengelolaan keuangannya menjadi lebih baik, hal ini dikarenakan mereka dituntut untuk dapat mengontrol keuangannya dengan baik sehingga membuatnya lebih

memilih untuk hidup hemat dengan menabung agar mempunyai dana cadangan sehingga dapat digunakan sewaktu-waktu ketika terjadi kebutuhan yang mendesak.

Seperti yang dikemukakan oleh (Assyfa, 2020) Tujuan memberi *pocket money* sebagai media pembelajaran kepada individual agar ia mampu mengelola keuangan dengan benar.

4.5.3.

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour*

Financial literacy adalah kemampuan seseorang atau suatu rangkaian proses pengetahuan dalam mengatur atau mengelola dan membuat keputusan keuangan pribadi secara efektif dan efisien untuk mencapai kesejahteraan di masa yang akan datang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh antara *financial literacy* (X3) terhadap *consumptive behaviour* (Y) di peroleh ttabel sebesar 1,66088, dan perolehan nilai thitung sebesar 0,363 dengan artian bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,717 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara variabel *financial literacy* (X3) terhadap variable *consumptive behaviour* (Y) pada Mahasiswa program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Mawo, Thomas, 2017), (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019) dan (Pulungan & Febriaty, 2018) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa. Dari analisis data yang diperoleh bahwa mahasiswa memiliki tingkat *financial literacy* pada kategori baik. Namun hal tersebut dapat dinilai tidak memiliki efek langsung terhadap *consumptive*

behaviour pada mahasiswa karena berdasarkan pengujian hipotesis tersebut, hal ini bisa jadi mahasiswa yang merantau atau tidak memiliki pemahaman baik tentang *financial literacy* akan tetapi tidak diterapkan pada kehidupan sehari-hari, dengan demikian *financial literacy* menjadi tidak terlalu mempengaruhi peningkatan dan penurunan *consumptive behaviour*nya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Winarta et al., 2019), (Deviyanti, 2018) dan (Kurnia & Hakim, 2021) yang menyatakan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap *consumptive behaviour*. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya keadaan finansial. Seseorang dengan keadaan finansial yang kuat bisa saja memiliki literasi keuangan yang tinggi, sudah menabung uang yang dimilikinya dan juga sudah menginvestasikan asetnya, namun masih memiliki dana sisa. Dana sisa inilah yang digunakan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, namun hanya sekedar untuk cuci mata. Seseorang bisa saja mengerti pentingnya menabung dan investasi, namun memutuskan untuk tidak melakukan kedua hal tersebut dan menggunakan dana yang ada untuk hal-hal konsumtif.

4.5.4. Pengaruh *Lifestyle*, *Pocket Money* Dan *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour*

Consumptive behaviour adalah perilaku seseorang dalam membeli atau mengkonsumsi barang secara berlebihan sehingga seseorang tersebut lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang hanya untuk memenuhi kesenangan atau kepuasan diri. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh antara *Lifestyle* (X1), *Pocket Money* (X2) dan *Financial*

Literacy (X3) Terhadap *Consumptive Behaviour* (Y) di peroleh Ftabel sebesar 2,70 dan perolehan nilai Fhitung sebesar 8,708 dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,000 dan Fhitung > Ftabel, maka hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel *Lifestyle* (X1), *Pocket Money* (X2) dan *Financial Literacy* (X3) Terhadap *Consumptive Behaviour* (Y) pada Mahasiswa program studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Yola & Agus, 2021), (Rismayanti & Oktapiani, 2020), (Silalahi, 2020) dan (Kumalasari & Soesilo, 2019) yang menyatakan bahwa variabel *Lifestyle* (X1), *Pocket Money* (X2) dan *Financial Literacy* (X3) berpengaruh secara simultan Terhadap *Consumptive Behaviour* (Y). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa semakin tinggi jumlah *pocket money* mahasiswa maka semakin tinggi pula *lifestyle* seseorang, dengan kata lain *pocket money* yang banyak bisa menjadikan mahasiswa bebas dalam meningkatkan gaya hidup yang ingin dilakukan baik dalam hal kegiatan dan minat sehingga terjadinya *consumptive behaviour*. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik maka mereka akan berhati-hati dan selektif dalam membelanjakan uangnya, sehingga lebih rasional dan tidak berperilaku konsumtif. Namun, sebaliknya jika mereka kurang memiliki literasi keuangan, maka mereka akan cenderung boros dan mengarah ke perilaku konsumtif.

Namun *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* bukanlah variabel utama yang mempengaruhi *consumptive behaviour*, tetapi terdapat beberapa faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat berpengaruh terhadap *consumptive behaviour* mahasiswa.

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang *Lifestyle*, *Pocket Money* dan *Financial Literacy* Terhadap *Consumptive Behaviour* Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *Lifestyle* (X1) terhadap *Consumptive Behaviour* (Y).
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan *Pocket Money* (X2) terhadap *Consumptive Behaviour* (Y).
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan *Financial Literacy* (X3) terhadap *Consumptive Behaviour* (Y).
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan adanya pengaruh positif dan signifikan *Lifestyle* (X1), *Pocket Money* (X2) dan *Financial Literacy* (X3) terhadap *Consumptive Behaviour* (Y).

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat penulis berikan yaitu:

1. Mahasiswa sebaiknya tidak perlu terlalu memaksakan diri dalam

berpenampilan mengikuti *lifestyle* orang lain, sebaiknya harus disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masing-masing.

2. Mahasiswa juga harus lebih bisa mengatur dan mengontrol *pocket money*nya dengan baik, gunakanlah *pocket money* sesuai kebutuhan masing-masing
3. Pengetahuan *financial literasi* perlu lebih ditingkatkan dengan melakukan pencatatan keuangan sehingga kita dapat mengambil keputusan dan mengelola keuangan kita dengan baik untuk mencapai kemakmuran masa depan.
4. Mahasiswa sebaiknya lebih bisa mengendalikan diri dalam berkonsumsi, dengan membuat perencanaan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan agar tidak menjadi berlebihan dalam mengkonsumsi barang-barang.

5.3. Keterbatasan Penelitian

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

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu *lifestyle*, *pocket money* dan *financial literacy*, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan data kuisioner karena dikhawatirkan responden tidak benar-benar menjawab pernyataan dengan sungguh-sungguh dengan keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, A. (2015). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Jelasutra.
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4570>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>
- Assyfa, L. N. (2020). Pengaruh Uang Saku, Gender, Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Akuntansi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) Tahun 2020*, 1(1), 109–119. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma%0D>
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 1(2), 79–83.
- Brigham, E. F., & Houston, J. . (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. PT Salemba Empat.
- Deliarnov. (2006). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi 1 Untuk SMP dan MTs Kelas VII* (Rizal Pahlevi Hilabi (ed.)). Erlangga.
- Desiyanti, R., & Hamirul. (2020). *Covid-19 Merubah Wajah Indonesia, Literasi dan Inklusi Keuangan UMKM Selama Pandemi* (M. Munir & Umi Salamah (eds.); Edisi Satu). CV Pustaka Learning Center.
- Deviyanti, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips SMA Negeri 3 Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 1(1), 76–86. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v1i1.3885>
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35. www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan

- Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. CV Budi Utama.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (F. Zulkarnain (ed.)). Umsu Press.
- Kamaluddin, M. (2018). PEengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal AKRAB JUARA*, 3(3), 113–122.
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 79–91. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Kumalasari, & Soesilo. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Kurnia, & Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29.
- Kusumaningtyas, I., & Canda Sakti, N. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3), 48–55.
- Leksono, A. W., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh Self-Knowledge Dan Self-Deception Terhadap Pengelolaan Uang Saku. *Research and Development Journal of Education*, 6(1), 28–40. <https://doi.org/10.30998/rdje.v6i1.4087>
- Mawo, Thomas, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 60–65. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 141–152.
- Mintarti, D. (2016). Citation: Dikria, Okky & Sri Umi Mintarti W (2016) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128–139. <https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>

- Mukmin, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Nurmala, F., Arya, M., & Putri, L. P. (2021). Analisis tingkat literasi keuangan mahasiswa di tengah pandemi (studi kasus pada mahasiswa FEB UMSU). *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 307–314.
- Prihastuty, R. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Maha. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 3(2), 121–134.
- Pulungan, D. R. (2020). Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa Yang Dipengaruhi Oleh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Orang Tua. *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 5(3), 162–173.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 4(3), 401–406.
- Pulungan, D. R., & Ndururu, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Modal Sosial Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional & Call Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen 2019*, 3(2), 132–142.
- Putri, L. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 769–775.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 46–53. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal Of Economics (NJE)*, 2(2), 31–37.
- Rozaini, N., & Harahap, S. N. (2019). Pengaruh Mata Kuliah Ekonomi Syariah Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif. *Niagawan*, 8(3), 223–233. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15581>
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. . (2004). *Perilaku Konsumen*. Mitra Wacana Media.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (edisi ke 4). kencana.
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Open Journal System*, 3(2), 191–200.
- Soetiono, S. K., & Setiawan, C. (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*

- (K. P. Utama (ed.); 1st ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiharsono, & Daru wahyuni. (2019). *Dasar-Dasar Ekonomi* (K. P. U. Offset (ed.); edisi 1). PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (16th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)* (Sofia Yustiani Suryandari (ed.); Edisi keti). Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*, Alfabeta. *Denzin, NK, & Lincoln, S. Yvonna.*
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme* (PT Kharisma Putra Utama (ed.); edisi pert). Kencana Prenada Media Group.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing melalui Facebook terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
- Ulfatun, T., Udhma, U. S., & Dewi, R. S. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, XI(2), 1–13.
- Vhalery, R., Leksono, A. W., & Irvan, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Usia, Dan Bimbingan Orang Tua Terhadap Pengelolaan Uang Saku Mahasiswa Unindra. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 10–17.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi*, 1(4), 26–36. [http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnal_wahyudi_PDF_\(11-07-13-07-45-39\).pdf](http://ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnal_wahyudi_PDF_(11-07-13-07-45-39).pdf)
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Waluyo, W., Suwardi, S., Feryanto, A., & Haryanto, T. (2006). *Ilmu Pengetahuan Sosial Untuk SMP/MTs Kelas VII* (V. D. Laning & Nur Siwi Ismawati (eds.)). PT Gramedia.
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi penjualan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Of Accounting And Business Studies*, 4(2), 76–91. <https://repository.uisi.ac.id/id/eprint/111>
- Yola, A., & Agus, I. (2021). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EcoGen*, 4(3), 418–426.

<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

Medan, Juli 2022

Kepada Yang Terhormat Responden

di Medan

Saya Rizky Adihtya yang merupakan salah seorang Mahasiswa Konsentrasi Keuangan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Medan. Saya memohon kesediaan waktu teman-teman untuk mengisi Kuisisioner penelitian ini. Kuisisioner ini digunakan dalam rangka penelitian untuk penyusunan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle, Pocket Money* dan *Financial Literacy*”. Demikianlah permohonan ini saya buat.

Saya mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan teman-teman Mahasiswa Manajemen UMSU Medan.

Salam Hormat Saya

Rizky Adihtya

A. Profil Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 20 Tahun c. 22 Tahun
 - b. 21 Tahun d. >22 Tahun
4. Uang Saku Perbulan
 - a. Rp 1.000.000 c. Rp 2.000.000
 - b. Rp 1.500.000 d. > Rp 2.000.000

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Beri tanda centang/ceklis \surd pada kolom yang paling sesuai dengan respon anda.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. *Lifestyle* (X1)

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya senang menggunakan barang branded. | | | | | |
| 2. | Saya senang berpergian dan berbelanja di mall. | | | | | |
| 3. | Saya senang menjadi pusat perhatian. | | | | | |
| 4. | Saya senang bergaya dalam kehidupan sehari-hari. | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 5. | Saya senang memperhatikan dan menirukan gaya seseorang yang saya anggap baik dan bagus. | | | | | |
| 6. | Saya mengisi waktu luang bersama teman-teman dengan jalan-jalan (hangout) di coffeshop, café atau mall. | | | | | |
| 7. | Saya senang mengikuti trend fashion agar terlihat bagus dimata orang lain. | | | | | |
| 8. | Menurut saya produk mahal yang bermerk (branded) mencerminkan selera yang tinggi. | | | | | |
| 9. | Saya rela meminjam uang teman atau dengan kredit untuk membeli barang yang saya inginkan. | | | | | |
| 10. | Menurut saya menggunakan barang dengan produk ternama akan dipandang memiliki status sosial yang tinggi dalam lingkungan pertemanan. | | | | | |

2. *Pocket Money (X2)*

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Saya dapat mengelola uang saku saya dengan baik dan benar. | | | | | |
| 2 | Saya menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari. | | | | | |
| 3 | Saya mencatat anggaran pengeluaran uang saku baik harian,mingguan ataupun bulanan guna membantu pengelolaan uang saku saya. | | | | | |
| 4 | Menurut saya dengan adanya kebiasaan mengatur pengeluaran keuangan saya lebih bisa berhati-hati dalam mengelola keuangan. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 5 | Saya mendapatkan uang saku dari pemberian orang tua ataupun hasil kerja sendiri. | | | | | |
| 6 | Uang saku yang saya dapatkan cukup untuk memenuhi kebutuhan selama satu bulan. | | | | | |
| 7 | Saya menyisihkan uang saku untuk ditabung dan investasi. | | | | | |
| 8 | Saya menyisihkan Sebagian uang saku untuk keperluan yang dibutuhkan. | | | | | |
| 9 | Saya mendapatkan uang saku tambahan dari kakak/abang ataupun keluarga lain untuk menambah jumlah uang saku bulanan | | | | | |

3. *Financial Literacy (X3)*

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Saya memiliki pengetahuan dasar pengelolaan keuangan | | | | | |
| 2 | Saya memiliki pengetahuan dalam membuat perencanaan keuangan yang baik dan bijaksana. | | | | | |
| 3 | Menurut saya memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan sangat membantu dalam mengelola keuangan yang kita miliki. | | | | | |
| 4 | Saya mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan. | | | | | |
| 5 | Saya selalu membuat catatan pengeluaran, guna memantau pengeluaran yang tidak diperlukan. | | | | | |
| 6 | Saya menabung secara rutin setiap bulannya. | | | | | |
| 7 | Saya mengendalikan uang pribadi saya dengan baik dan benar | | | | | |
| 8 | Saya membuat anggaran pribadi untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran. | | | | | |
| 9 | Saya memiliki dana untuk keperluan darurat | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 10 | Saya sering membandingkan harga Ketika membeli sesuatu | | | | | |
| 11 | Saya membayar tagihan tepat pada waktunya (seperti: uang kos, uang catering, hutang, dll) | | | | | |
| 12 | Saya bangga dengan kemampuan saya dalam menganggarkan uang. | | | | | |

4. *Consumptive Behaviour (Y)*

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Saya pernah membeli barang karena mendapatkan hadiah menarik/diiming-imingi hadiah. | | | | | |
| 2 | Saya pernah membeli produk karena kemasan yang menarik/unik | | | | | |
| 3 | Saya membeli produk berdasarkan brand/merek untuk menjaga penampilan diri dari gengsi | | | | | |
| 4 | Saya membeli produk karena diskon. | | | | | |
| 5 | Saya membeli produk agar terlihat lebih keren/bagus dimata orang lain | | | | | |
| 6 | Saya membeli produk karena pengaruh model yang mengiklankan barang seperti hasil review selebgram atau artis ternama dimedia sosial. | | | | | |
| 7 | Saya membeli produk yang harganya mahal agar dapat menumbuhkan rasa percaya diri saya. | | | | | |
| 8 | Saya membeli produk sejenis dengan merek yang berbeda. | | | | | |
| 9 | Saya sering membeli barang sesuai keinginan padahal tidak terlalu butuh. | | | | | |
| 10 | Saya membeli barang untuk mengikuti trend yang sedang zaman pada saat ini | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 11 | Saya membeli barang tidak berdasarkan harga tetapi berdasarkan kualitas, mutu dan merk. | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuisiонер Penelitian

Data Kuisiонер *Lifestyle* (X1)

| No Responden | LIFESTYLE (X1) | | | | | | | | | | TOTAL X1 |
|--------------|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|----------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | |
| 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 40 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 25 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 34 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 30 |
| 5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 33 |
| 7 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 | 4 | 32 |
| 8 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 1 | 4 | 27 |
| 9 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 42 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 35 |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 3 | 31 |
| 12 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 | 3 | 30 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 38 |
| 14 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 41 |
| 15 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 1 | 2 | 26 |
| 16 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 30 |
| 17 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 30 |
| 18 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 1 | 31 |
| 19 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 37 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 21 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 22 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 45 |
| 23 | 2 | 2 | 4 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 33 |
| 24 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 4 | 33 |
| 25 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 1 | 4 | 32 |
| 26 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 24 |
| 27 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 31 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 34 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 37 |
| 30 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 29 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 32 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 33 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 33 |
| 34 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 26 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 32 |
| 36 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 25 |
| 37 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 1 | 22 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 39 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 33 |
| 40 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 33 |
| 43 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 27 |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 38 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 35 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 35 |
| 47 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 33 |
| 48 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 23 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 33 |
| 50 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 29 |
| 51 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 24 |
| 52 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 30 |
| 53 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 24 |
| 54 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 24 |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 1 | 3 | 34 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 33 |
| 57 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 58 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 | 4 | 25 |
| 59 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 30 |
| 60 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 27 |
| 61 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 1 | 22 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 33 |
| 63 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 28 |
| 64 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 29 |
| 65 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 24 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 29 |
| 67 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 30 |
| 68 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 32 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 35 |
| 70 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 32 |
| 71 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 33 |
| 72 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 5 | 34 |
| 73 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 74 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 75 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 76 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 34 |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 28 |
| 78 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 34 |
| 79 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 22 |
| 80 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 30 |
| 81 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 35 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 28 |
| 83 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 84 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 28 |
| 85 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 38 |
| 86 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 88 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 32 |
| 90 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 91 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 92 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 34 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 94 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 32 |
| 95 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 32 |
| 96 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 26 |
| 97 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 29 |
| 98 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 24 |
| 99 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 100 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 38 |

Data kuisisioner *Pocket Money* (X2)

| No Responden | POCKET MONEY (X2) | | | | | | | | | Total X2 |
|--------------|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|----------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | |
| 1 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 3 | 28 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 29 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 30 |
| 5 | 3 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 28 |
| 6 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 27 |
| 7 | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 31 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 1 | 29 |
| 9 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 33 |
| 10 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 11 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 |
| 12 | 5 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 30 |
| 13 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 32 |
| 14 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| 15 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 16 | 5 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 1 | 36 |
| 18 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 35 |
| 19 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 29 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 21 | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 31 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 23 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| 25 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 26 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 29 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 32 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 35 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 40 |
| 38 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 37 |
| 40 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 39 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 34 |
| 43 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 44 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 35 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 49 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 34 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 52 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 53 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 39 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 39 |
| 59 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 38 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 43 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |

Data Kuisioner *Financial Literacy* (X3)

| No Responden | FINANCIAL LITERACY (X3) | | | | | | | | | | | | TOTAL X3 |
|--------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|----------|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | X3.7 | X3.8 | X3.9 | X3.10 | X3.11 | X3.12 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 52 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 52 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 48 |
| 7 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 44 |
| 8 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 53 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 12 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 1 | 35 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 44 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 57 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 19 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 38 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 53 |
| 21 | 2 | 4 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 42 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 49 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 51 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 52 |
| 25 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 41 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 51 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 30 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 32 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 34 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 43 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 48 |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 55 |
| 38 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 51 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 40 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 42 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| 43 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 39 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 51 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 49 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 51 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 49 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 56 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 51 |
| 57 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 50 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 49 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 46 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 47 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 67 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 57 |
| 68 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 47 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 50 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 50 |
| 74 | 3 | 43 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 85 |
| 75 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 58 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 54 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 78 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 45 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 49 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 52 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 52 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 54 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 64 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 37 |
| 65 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 22 |
| 66 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 68 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 46 |
| 69 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| 70 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 72 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 37 |
| 73 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 44 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 75 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 42 |
| 78 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 43 |
| 79 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 35 |
| 80 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 39 |
| 81 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 40 |
| 82 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 83 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 84 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 35 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 42 |
| 86 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 36 |
| 87 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| 90 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 32 |
| 91 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 92 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 37 |
| 94 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 28 |
| 95 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 46 |
| 96 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 40 |
| 97 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 98 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 99 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 36 |
| 100 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 38 |

Lampiran 3 Skor Hasil Kuisiонер

Lifestyle (X1)

| KUISIONER LIFESTYLE (X1) | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|-----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 7 | 7% | 43 | 43% | 34 | 34% | 15 | 15% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.2 | 8 | 8% | 24 | 24% | 42 | 42% | 25 | 25% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.3 | 1 | 1% | 15 | 15% | 41 | 41% | 34 | 34% | 9 | 9% | 100 | 100% |
| X1.4 | 5 | 5% | 36 | 36% | 42 | 42% | 15 | 15% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.5 | 2 | 2% | 32 | 32% | 45 | 45% | 18 | 18% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| X1.6 | 7 | 7% | 58 | 58% | 31 | 31% | 4 | 4% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.7 | 5 | 5% | 37 | 37% | 40 | 40% | 16 | 16% | 2 | 2 | 100 | 100% |
| X1.8 | 12 | 12% | 47 | 47% | 27 | 27% | 13 | 13% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.9 | 3 | 3% | 4 | 4% | 20 | 20% | 32 | 32% | 41 | 41% | 100 | 100% |
| X1.10 | 7 | 7% | 42 | 43% | 30 | 30% | 14 | 14% | 7 | 7% | 100 | 100% |

Pocket Money (X2)

| KUISIONER POCKET MONEY (X2) | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 34 | 34% | 61 | 61% | 5 | 5% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.2 | 18 | 18% | 58 | 58% | 14 | 14% | 9 | 9% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.3 | 12 | 12% | 58 | 58% | 17 | 17% | 8 | 8% | 5 | 5% | 100 | 100% |
| X1.4 | 45 | 45% | 51 | 51% | 4 | 4% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.5 | 47 | 47% | 51 | 51% | 2 | 2% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.6 | 33 | 33% | 57 | 57% | 10 | 10% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.7 | 21 | 21% | 52 | 52% | 16 | 16% | 9 | 9% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.8 | 29 | 29% | 50 | 50% | 16 | 16% | 4 | 4% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.9 | 15 | 15% | 51 | 51% | 23 | 23% | 6 | 6% | 5 | 5% | 100 | 100% |

Financial Literacy (X3)

| KUISIONER FINANCIAL LITERACY (X3) | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 25 | 25% | 61 | 61% | 11 | 11% | 3 | 3% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.2 | 10 | 10% | 77 | 77% | 11 | 11% | 1 | 1% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.3 | 24 | 24% | 59 | 59% | 13 | 13% | 4 | 4% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.4 | 26 | 26% | 51 | 51% | 20 | 20% | 3 | 3% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.5 | 18 | 18% | 53 | 53% | 18 | 18% | 11 | 11% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.6 | 23 | 23% | 58 | 58% | 14 | 14% | 5 | 5% | 0 | 0% | 100 | 100% |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|----|-----|----|-----|----|-----|---|----|---|----|-----|------|
| X1.7 | 24 | 24% | 51 | 51% | 20 | 20% | 5 | 5% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.8 | 22 | 22% | 55 | 55% | 13 | 13% | 9 | 9% | 1 | 1% | 100 | 100% |
| X1.9 | 31 | 31% | 58 | 58% | 9 | 9% | 2 | 2% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.10 | 40 | 40% | 56 | 56% | 4 | 4% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.11 | 34 | 34% | 59 | 59% | 7 | 7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 100 | 100% |
| X1.12 | 30 | 30% | 60 | 60% | 7 | 7% | 2 | 2% | 1 | 1% | 100 | 100% |

Consumptive Behaviour (Y)

| KUISIONER CONSUMTIVE BEHAVIOUR (Y) | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|--------|------|
| Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | JUMLAH | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| X1.1 | 8 | 8% | 56 | 56% | 22 | 22% | 11 | 11% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| X1.2 | 9 | 9% | 60 | 60% | 25 | 25% | 4 | 4% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.3 | 2 | 2% | 25 | 25% | 44 | 44% | 23 | 23% | 6 | 6% | 100 | 100% |
| X1.4 | 22 | 22% | 56 | 56% | 17 | 17% | 2 | 2% | 3 | 3% | 100 | 100% |
| X1.5 | 10 | 10% | 26 | 26% | 44 | 44% | 15 | 15% | 5 | 5% | 100 | 100% |
| X1.6 | 3 | 3% | 49 | 49% | 33 | 33% | 13 | 13% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.7 | 2 | 2% | 39 | 39% | 34 | 34% | 18 | 18% | 7 | 7% | 100 | 100% |
| X1.8 | 10 | 10% | 47 | 47% | 30 | 30% | 11 | 11% | 2 | 2% | 100 | 100% |
| X1.9 | 9 | 9% | 41 | 41% | 34 | 34% | 10 | 10% | 6 | 6% | 100 | 100% |
| X1.10 | 4 | 3% | 32 | 32% | 42 | 42% | 18 | 18% | 4 | 4% | 100 | 100% |
| X1.11 | 25 | 25% | 48 | 48% | 19 | 19% | 2 | 2% | 6 | 6% | 100 | 100% |

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dengan SPSS

Validitas *Lifestyle* (X1)

Correlations

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | TOTAL_X1 |
|------|---------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .545** | .385** | .318* | .396** | .207* | .219* | .513** | .030 | .317** | .639** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .001 | .000 | .038 | .028 | .000 | .770 | .001 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .545** | 1 | .470** | .459* | .456** | .251* | .338** | .472** | .210* | .251* | .729** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .012 | .001 | .000 | .036 | .012 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .385** | .470** | 1 | .464* | .347** | .307** | .418** | .338** | .354** | .344** | .726** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .002 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .318** | .459** | .464** | 1 | .439** | .172 | .409** | .367** | .267** | .144 | .657** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | | .000 | .087 | .000 | .000 | .007 | .153 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .396** | .456** | .347** | .439* | 1 | .052 | .194 | .179 | .278** | -.004 | .540** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .608 | .054 | .075 | .005 | .966 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.6 | Pearson Correlation | .207* | .251* | .307** | .172 | .052 | 1 | .399** | .167 | .159 | .266** | .457** |
| | Sig. (2-tailed) | .038 | .012 | .002 | .087 | .608 | | .000 | .097 | .114 | .007 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.7 | Pearson Correlation | .219* | .338** | .418** | .409* | .194 | .399** | 1 | .271** | .355** | .347** | .643** |
| | Sig. (2-tailed) | .028 | .001 | .000 | .000 | .054 | .000 | | .006 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.8 | Pearson Correlation | .513** | .472** | .338** | .367* | .179 | .167 | .271** | 1 | .123 | .331** | .621** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .001 | .000 | .075 | .097 | .006 | | .223 | .001 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.9 | Pearson Correlation | .030 | .210* | .354** | .267* | .278** | .159 | .355** | .123 | 1 | .270** | .522** |
| | Sig. (2-tailed) | .770 | .036 | .000 | .007 | .005 | .114 | .000 | .223 | | .007 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|---------------------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X3.6 | Pearson Correlation | .271* | .042 | .164 | .278** | .501** | 1 | .447* | .462* | .578** | .318** | .371** | .354** | .570** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | .680 | .102 | .005 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.7 | Pearson Correlation | .337* | -.067 | .365* | .329** | .516** | .447** | 1 | .499* | .489** | .116 | .359** | .489** | .538** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .510 | .000 | .001 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .250 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.8 | Pearson Correlation | .229* | .053 | .223* | .252* | .499** | .462** | .499* | 1 | .323** | .229* | .316** | .455** | .565** |
| | Sig. (2-tailed) | .022 | .602 | .026 | .011 | .000 | .000 | .000 | | .001 | .022 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.9 | Pearson Correlation | .360* | .013 | .215* | .334** | .379** | .578** | .489* | .323* | 1 | .336** | .493** | .440** | .561** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .894 | .032 | .001 | .000 | .000 | .000 | .001 | | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.10 | Pearson Correlation | .107 | -.059 | .047 | .118 | .288** | .318** | .116 | .229* | .336** | 1 | .318** | .256* | .295** |
| | Sig. (2-tailed) | .287 | .557 | .640 | .243 | .004 | .001 | .250 | .022 | .001 | | .001 | .010 | .003 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.11 | Pearson Correlation | .221* | .164 | .407* | .136 | .337** | .371** | .359* | .316* | .493** | .318** | 1 | .377** | .573** |
| | Sig. (2-tailed) | .027 | .103 | .000 | .178 | .001 | .000 | .000 | .001 | .000 | .001 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.12 | Pearson Correlation | .481* | .058 | .297* | .275** | .459** | .354** | .489* | .455* | .440** | .256* | .377** | 1 | .593** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .568 | .003 | .006 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .010 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL_X3 | Pearson Correlation | .370* | .623* | .408* | .357** | .591** | .570** | .538* | .565* | .561** | .295** | .573** | .593** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .003 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

| | | | | | | | | | | | | | |
|---------|---------------------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y.10 | Pearson Correlation | .165 | .236* | .512* | .458** | .444** | .485** | .530** | .210* | .429** | 1 | .431** | .721** |
| | Sig. (2-tailed) | .100 | .018 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .036 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.11 | Pearson Correlation | .042 | .118 | .276* | .353** | .294** | .228* | .357** | .103 | .189 | .431** | 1 | .513** |
| | Sig. (2-tailed) | .681 | .243 | .005 | .000 | .003 | .022 | .000 | .307 | .060 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL_Y | Pearson Correlation | .547* | .545** | .715* | .563** | .721** | .686** | .687** | .548** | .587** | .721** | .513** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel *Lifestyle (X1)*, *Pocket Money (X2)*, *Financial Literacy (X3)* dan *Consumptive Behaviour (Y)*

Lifestyle (X1)

| Item | Nilai Korelasi rhitung | Nilai Ketentuan rtabel | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|------------------------|------------------------|-------------------|------------|
| 1 | 0,639 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,729 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,726 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,657 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 5 | 0,54 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,457 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,643 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,621 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,522 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 10 | 0,557 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Pocket Money (X2)

| Item | Nilai Korelasi rhitung | Nilai Ketentuan rtabel | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|------------------------|------------------------|-------------------|------------|
| 1 | 0,354 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,635 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,689 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,451 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

| | | | | |
|---|-------|--------|--------------|-------|
| 5 | 0,553 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,618 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,662 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,749 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,335 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Financial Literacy (X3)

| Item | Nilai Korelasi rhitung | Nilai Ketentuan rtabel | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|---------------------------|---------------------------|----------------------|------------|
| 1 | 0,37 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,623 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,408 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,357 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 5 | 0,591 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,57 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,538 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,565 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,561 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 10 | 0,295 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 11 | 0,573 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 12 | 0,593 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Consumptive Behaviour (Y)

| Item | Nilai Korelasi rhitung | Nilai Ketentuan rtabel | Probabilitas Item | Keterangan |
|------|---------------------------|------------------------------|----------------------|------------|
| 1 | 0,547 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 2 | 0,545 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 3 | 0,715 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 4 | 0,563 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 5 | 0,721 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 6 | 0,686 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 7 | 0,687 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 8 | 0,548 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 9 | 0,587 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 10 | 0,721 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |
| 11 | 0,513 | 0,1966 | 0,000 < 0,05 | Valid |

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Dengan SPSS

Reliabilitas *Lifestyle* (X1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .810 | 10 |

Reliabilitas *Pocket Money* (X2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .709 | 9 |

Reliabilitas *Financial Literacy* (X3)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .531 | 12 |

Reliabilitas *Consumptive Behaviour* (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .839 | 11 |

Hasil Uji Validitas Variabel *Lifestyle* (X1), *Pocket Money* (X2), *Financial Literacy* (X3) dan *Consumptive Behaviour* (Y)

| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Reliabilitas | keterangan |
|----------------------------------|------------------|--------------------|------------|
| <i>Lifestyle</i> (X1) | 0,81 | 0,6 | Realibel |
| <i>Pocket Money</i> (X2) | 0,709 | 0,6 | Realibel |
| <i>Financial Literacy</i> (X3) | 0,531 | 0,6 | Realibel |
| <i>Consumptive Behaviour</i> (Y) | 0,839 | 0,6 | Realibel |

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Dengan SPSS

Uji Kolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 5.51878600 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .066 |
| | Positive | .045 |
| | Negative | -.066 |
| Test Statistic | | .066 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

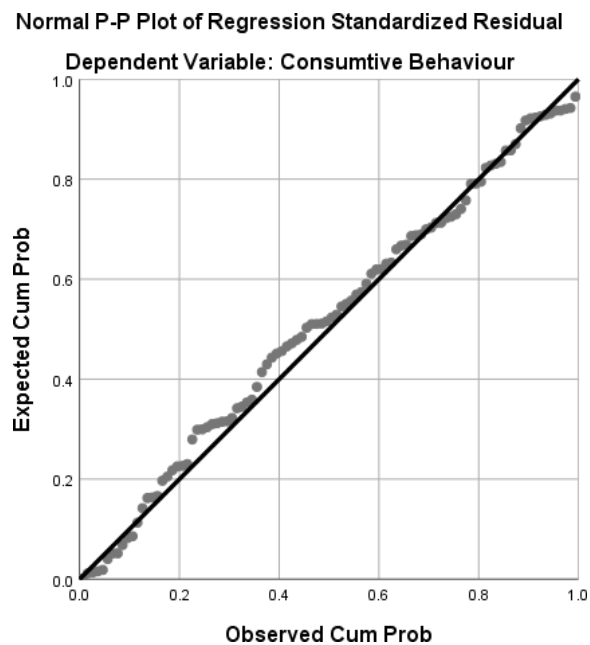
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Normal P-Plot



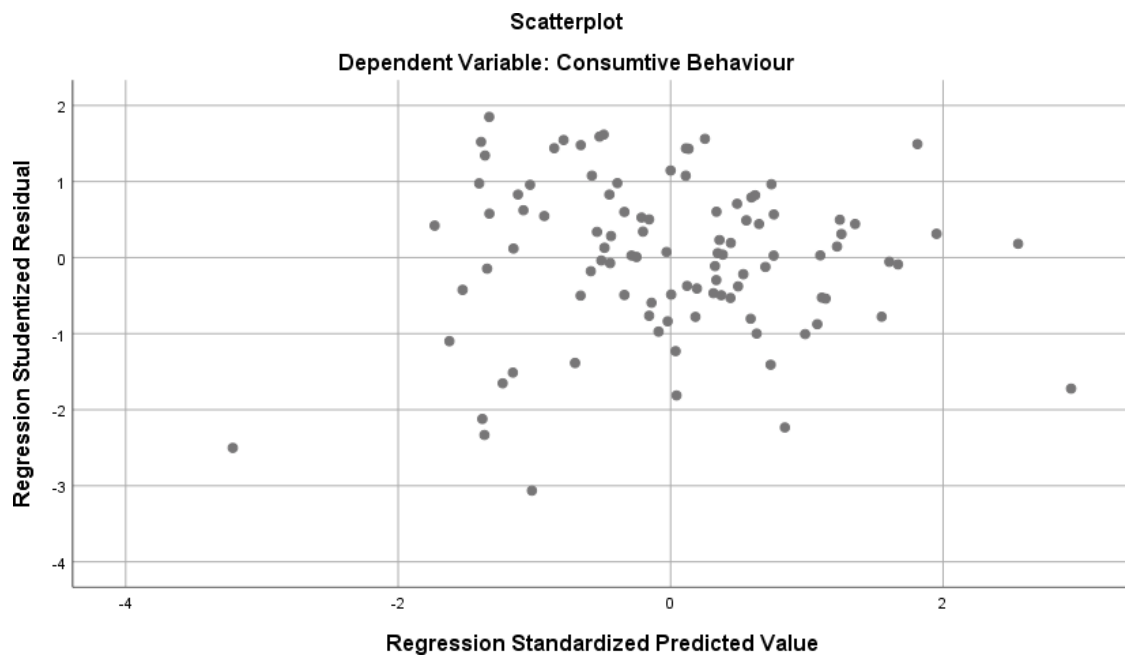
Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 17.853 | 7.173 | | 2.489 | .015 | | |
| | Lifestyle | .538 | .105 | .466 | 5.105 | .000 | .983 | 1.017 |
| | Pocket Money | .037 | .154 | .023 | .241 | .810 | .903 | 1.107 |
| | Financial Literacy | .034 | .092 | .035 | .363 | .717 | .891 | 1.122 |

a. Dependent Variable: Consumtive Behaviour

Uji Heterokedastisitas



Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda Dengan SPSS

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 17.853 | 7.173 | | 2.489 | .015 |
| | Lifestyle | .538 | .105 | .466 | 5.105 | .000 |
| | Pocket Money | .037 | .154 | .023 | .241 | .810 |
| | Financial Literacy | .034 | .092 | .035 | .363 | .717 |

a. Dependent Variable: Consumtive Behaviour

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis Dengan SPSS

Uji secara parsial (Uji t)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | 17.853 | 7.173 | | 2.489 | .015 |
| | Lifestyle | .538 | .105 | .466 | 5.105 | .000 |
| | Pocket Money | .037 | .154 | .023 | .241 | .810 |
| | Financial Literacy | .034 | .092 | .035 | .363 | .717 |

a. Dependent Variable: Consumtive Behaviour

Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 820.517 | 3 | 273.506 | 8.708 | .000 ^b |
| | Residual | 3015.243 | 96 | 31.409 | | |
| | Total | 3835.760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Consumtive Behaviour

b. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Lifestyle, Pocket Money

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .463 ^a | .214 | .189 | 5.604 |

a. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Lifestyle, Pocket Money

b. Dependent Variable: Consumtive Behaviour