

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen*



Oleh:

**NAMA : HASNIL FADILLAH HIDAYA
NPM : 1905160149
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEUANGAN**

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



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 23 Agustus 2023, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : **HASNIL FADILLAH HIDAYA**
NPM : **1905160149**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Konsentrasi : **MANAJEMEN KEUANGAN**
Judul Skripsi : **PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MEDAN**

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

TIM PENGUJI

Penguji I

Assoc. Prof. H. MUIS FAUZI RAMBE, SE., M.M.

Penguji II

LINZZY PRATAMI PUTRI, SE., M.M.

Penbimbing

IRMA CHRISTIANA, SE., M.M.

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. 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. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : HASNIL FADILLAH HIDAYA
NPM : 1905160149
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MEDAN

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2023

Pembimbing Skripsi

IRMA CHRISTIANA, SE., M.M

Diketahui/Disetujui
Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

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



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : HASNIL FADILLAH HIDAYA
NPM : 1905160149
Dosen Pembimbing : IRMA CHRISTIANA, SE., M.M
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MEDAN

ITEM	HASIL EVALUASI	TANGGAL	PARAF DOSEN
Bab 1	Revisi Latar belakang sesuai dg variabel yg diteliti, rumusan masalah	8/2 - 23	/
Bab 2	Revisi kerangka konsep dan hipotesis	15/2 - 23	/
Bab 3	Revisi definisi operasional buat indikatornya, teknik analisis data	21/2 - 23	/
Bab 4	Revisi hasil penelitian dan pembahasan	20/7 - 23	/
Bab 5	Revisi kesimpulan dan buat keterbatasan penelitian	26/7 - 23	/
Daftar Pustaka	Gunakan mendeley	26/7 - 23	/
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace selesai bimbingan, lanjut sidang meja hijau	31/7 - 23	/

Diketahui Oleh :
Ketua Program Studi Manajemen

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

Medan, Agustus 2023
Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing

(IRMA CHRISTIANA, SE., M.M)



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

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 20238 Telp. 061-6622400 Ext. 22, 23, 30

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : **HASNIL FADILLAH HIDAYA**
NPM : **1905160149**
Program Studi : **Ekonomi dan Bisnis**
Konsentrasi : **Manajemen Keuangan**
Judul Penelitian : **PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MEDAN**

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

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, Agustus 2023

mat Saya,



HASNIL FADILLAH HIDAYA

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP, KEPRIBADIAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA MEDAN

**HASNIL FADILLAH HIDAYA
1905160149**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email: hasnilfadilah6@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Medan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Medan. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 orang mahasiswa dengan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner (angket). Kuesioner disebarikan secara online melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji hipotesis dengan menggunakan Software SPSS 27. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup, berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, secara parsial kepribadian tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan secara simultan gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: gaya hidup, kepribadian, literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

ABSTRACT

**INFLUENCE OF LIFESTYLE, PERSONALITY AND LITERACY
FINANCE AGAINST CONSUMPTIVE BEHAVIOR
STUDENTS IN MEDAN CITY**

**HASNIL FADILLAH HIDAYA
1905160149**

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business,
University of Muhammadiyah North Sumatra
Email: hasnilfadilah6@gmail.com*

This study aims to test and analyze the influence of lifestyle, personality and financial literacy on the consumptive behavior of students in Medan City. The type of research used in this study is survey research using quantitative methods. The population of this study is students in Medan City. The number of samples in this study was 96 students using the Lemeshow formula. The data collection techniques used in this study used observation, interviews and questionnaires (questionnaires). The questionnaire is distributed online through a google form. Data analysis techniques used in this study are classical assumption test, multiple linear regression, t test, f test and hypothesis test using SPSS 27 Software. The results of this study concluded that partially lifestyle, significant effect on consumptive behavior, partially personality does not have a significant effect on consumptive behavior, partially financial literacy has a significant effect on consumptive behavior, and simultaneously lifestyle, personality and financial literacy have a significant effect on consumptive behavior.

Keywords: lifestyle, personality, financial literacy and consumptive behavior.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan**”. Shalawat beriring salam penulis persembahkan kepada Nabi besar Muhammad Saw yang memiliki akhlakulkarimah sebagai penuntun para umat, semoga kita dapat berpegang teguh pada ajarannya sehingga dapat menghantarkan kita syafaatnya (kemuliaan dan kebahagiaan) di dunia dan akhirat kelak.

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

1. Bapak **Wagino** dan Ibu **Suyatna** selaku orang tua saya yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis berupa dukungan do'a dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak **Prof. Dr. Agussani M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak **Assoc. Prof. Dr. H. Januri, SE, MM, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE, M.Si** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Dr. Hasrudy Tanjung, M.Si** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak **Jasman Saripuddin Hasibuan SE, M.Si** selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak **Assoc. Prof. Dr. Jufrizen, SE, M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu **Irma Christiana SE, M.M** selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak **Dr. Hazmanan Khair S.E., MBA** selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu mengarahkan dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
10. Bapak dan Ibu dosen serta staf pegawai yang banyak membantu penulis dalam mengetahui informasi akademik dan membantu penulis baik selama masa perkuliahan maupun masa penyusunan skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Sumatera Utara.

11. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan yaitu Helen, Riska, Khairunnisa, Eka, Nisa, odi, dan Aisyah yang telah membantu memberikan dukungan, motivasi dan doa, serta semangat kepada penulis.

Dengan kesadaran diri penulis bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, dengan penuh harapan penulis ingin mendapatkan masukan, kritik, dan saran agar penulisan skripsi ini menjadi lebih baik dan akan menjadi skripsi seutuhnya serta menjadi lulusan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang baik.

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Agustus 2023
Penulis

Hasnil Fadillah Hidayat
NPM 1905160149

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumtif	10
2.1.2 Gaya Hidup	17
2.1.3 Kepribadian	22
2.1.4 Literasi Keuangan	25
2.2 Kerangka Konseptual	29
2.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	29
2.2.2 Pengaruh Kepribadian Terhadap perilaku Konsumtif	30
2.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	31
2.2.4 Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	32
2.3 Hipotesis	34
BAB 3 METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35

3.2	Definisi Operasional	37
3.2.1	Perilaku Konsumtif (Y)	37
3.2.2	Gaya Hidup (X1)	36
3.2.3	Kepribadian (X2)	36
3.2.4	Literasi Keuangan (X3)	36
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.3.1	Tempat penelitian	37
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1	Observasi	39
3.5.2	Wawancara	40
3.5.3	Kuesioner	40
3.6	Teknik Analisi Data	44
3.6.1	Regresi linier Berganda	44
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.3	Uji Hipotesis	47
3.6.4	Koefisien Determinasi	50

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1	Deskripsi Data	51
4.1.1	Deskripsi Variabel penelitian	51
4.1.2	Karakteristik Responden	51
4.1.3	Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.2	Analisis Data	58
4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	60
4.2.3	Uji Hipotesis Penelitian	64
4.2.4	Koefisien Determinasi	67
4.3	Pembahasan	68
4.3.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	68
4.3.2	Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif	69

4.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	70
4.3.4 Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi keuangan Terhadap Perilaku konsumtif	72
BAB 5 PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Riset Mengenai Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Kota Medan	3
Tabel 3.1 Indikator Perilaku Konsumtif.....	35
Tabel 3.2 Indikator Gaya Hidup.....	35
Tabel 3.3 Indikator Kepribadian	36
Tabel 3.4 Indikator Literasi Keuangan.....	37
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	37
Tabel 3.6 Alokasi Jumlah Sampel.....	39
Tabel 3.7 Instrumen Skala Likert.....	40
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif	42
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas gaya Hidup	42
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Kepribadian	42
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan	43
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas variabel X1, X2, X3 dan Y	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Respondn	51
Tabel 4.2 Umur Responden	52
Tabel 4.3 Asak Kuliah Responden	52
Tabel 4.4 Skor Angket Variabel Perilaku Konsumtif	53
Tabel 4.5 Skor Angket Variabel Gaya Hidup	54
Tabel 4.6 Skor Angket Variabel Kepribadian	56
Tabel 4.7 Skor Angket Variabel Literasi keungan	57
Tabel 4.8 Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	62

Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.11 Uji Parsial (Uji t)	65
Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji F)	67
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	34
Gambar 2.4 Kriteria Pengujian Hipotesis t	49
Gambar 2.5 Kriteria Pengujian Hipotesis f	50
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas	61
Gambar 4.2 Hasil Plot Uji Normalitas	61
Gambar 4.3 Hasil Scatterplot Heteroskedastisitas	63

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumerisme atau perilaku konsumtif merupakan salah satu kasus penyimpangan di Indonesia yang sudah banyak terjadi dan hampir rata-rata masyarakat melakukan perilaku konsumtif ini. Perilaku konsumtif itu sendiri adalah perilaku penyimpangan dalam mengkonsumsi atau melakukan pembelian suatu barang secara berlebihan. Pada umumnya masyarakat memiliki perilaku konsumtif dimana sudah banyak terjadi masyarakat melakukan kegiatan konsumsi melebihi batas wajarnya.

Menurut riset yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Indonesia menduduki peringkat ke-3 dengan masyarakat yang mempunyai tingkat konsumerisme yang tinggi. Masyarakat menganggap kesenangan hanya dari barang-barang mewah yang mereka miliki. Masyarakat tidak lagi mengukur nilai suatu objek dari kegunaannya tetapi dari nilai simboliknya sehingga membuat perusahaan luar dengan mudah memasarkan produknya. Menurut (Taqwa & Mukhlis, 2022) ada dua faktor penyebab terjadinya perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal perilaku konsumtif disebabkan karena tidak adanya perencanaan dan penggunaan keuangan secara baik yang membuat masyarakat tidak bisa mengalokasikan keuangannya dalam pembelian barang yang mereka inginkan. Zaman sekarang mudahnya dalam berbelanja online disertai akses yang gampang untuk mneemukan toko-toko di internet. Adapun faktor eksternal penyebab perilaku konsumtif adalah

perkembangan teknologi yang semakin luas dapat membuat masyarakat lebih cepat terpengaruh untuk melakukan perilaku konsumtif, seperti kemudahan untuk mendownload aplikasi dan diaplikasi tersebut banyak sekali pilihan barang yang gampang ditemukan. Dari kemudahan semua itu membuat masyarakat tersebut manja dan terus berkeinginan melakukan pembelian secara irasional.

Perilaku konsumtif dapat terjadi dikalangan remaja sampai dewasa. Dimana mereka semata-mata mengikuti *trend* saat ini dan takut ketinggalan zaman yang tanpa sadar mereka sudah terpengaruh pada perilaku konsumtif atau biasa disebut sebagai FOMO (*fear or missing out*) (Utami & Aviani, 2021). Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan sehingga sulit untuk dikendalikan, dimana manusia selalu berusaha memenuhi hasratnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan seperti barang, makanan atau pakaian. Seseorang yang bergaya hidup konsumtif cenderung memiliki pengeluaran lebih besar dibandingkan pendapatan yang diterima. Seperti halnya pada mahasiswa, budaya konsumtif pada mahasiswa saat ini seakan tidak dapat dihindari lagi. Umumnya mahasiswa melakukan pembelian bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros. Masyarakat memandang mahasiswa adalah sebagai individu yang memiliki pemikiran dan pengetahuan yang matang serta wawasan yang luas, selalu berpenampilan menarik, ramah dan sopan. Pandangan ini yang membuat banyak mahasiswa mengkondisikan dirinya untuk selalu tampil menarik. Banyak kejadian yang terjadi pada mahasiswa yang hanya menghabiskan waktunya hanya untuk bersantai-santai di cafe, berbelanja di mall, bahkan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini

lah yang menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif (Andriyanty & Yunaz, 2020).

Prilaku konsumtif adalah tindakan pembelian hanya berdasarkan ketertarikan semata dengan membeli barang-barang yang tidak mementingkan fungsinya walaupun mereka sudah memiliki barang tersebut dengan jenis serupa tetapi dengan merek berbeda (Pulungan & Febriaty, 2018). Perilaku konsumtif itu sendiri memiliki kecenderungan untuk melakukan konsumsi tiada henti. Banyaknya pilihan yang ada dapat membuat konsumen cenderung memenuhi kebutuhannya secara berlebihan karena hasrat untuk memilikinya. kecenderungan itu sendiri akan membuat seseorang membeli sesuatu secara irasional.

Tabel 1.1 Hasil Pra-Riset Mengenai Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Kota Medan

No	Pernyataan	Ya (%)	Tidak (%)
1	Apakah Anda termasuk seseorang yang berperilaku konsumtif	80%	20%
2	Ketika ada waktu luang, saya gunakan untuk pergi ke mall atau duduk-duduk santai di cafe bersama teman-teman	83%	17%
3	Saya membeli barang mewah hanya untuk menaikkan citra saya didepan teman-teman	35%	65%
4	Saya lebih tertarik pada pakaian atau gadget yang sedang tren	70%	30%
5	Saya mudah terhasut dengan berbagai produk yang ditawarkan teman walaupun belum tentu bermanfaat	64%	35%
6	Saya membuat penganggaran untuk setiap kali pengeluaran	45%	55%
7	Selalu menyisihkan uang untuk keperluan kuliah	48%	52%

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 penulis menemukan adanya fenomena perilaku konsumtif pada Mahasiswa di Kota Medan, permasalahan yang muncul dengan perkembangan zaman sekarang ini yaitu munculnya budaya yang selalu dirasa kurang dan dampak sosialnya terutama pada mahasiswa misalnya membeli barang-barang yang diinginkan setiap mahasiswa seperti membeli baju serta teknologi yang canggih. Keinginan ini yang membuat mahasiswa untuk mengikuti gaya hidup modern agar tidak ketinggalan zaman, yang mana dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Adanya kehidupan seperti ini yang banyak terjadi dikalangan mahasiswa dapat terlihat dari kehidupan kekiniannya sehari-hari dimana mahasiswa sekarang lebih sering menghabiskan waktu luang mereka dengan bersantai-santai di cafe bersama teman-temannya, berfoya-foya hanya untuk membeli gadget yang sedang *tren* serta membeli barang hasil hasutan dari teman. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dimana mahasiswa tidak membeli barang-barang yang dibutuhkan melainkan mereka membeli barang yang hanya terdapat pada iklan atau promosi yang ada, kecenderungan dengan konsep diri yang tidak baik membuat mereka berperilaku konsumtif yang tidak bisa menahan diri untuk tidak bisa membeli barang yang tidak dibutuhkan (Gumulya & Widiastuti, 2020).

Era globalisasi telah banyak membawa perubahan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku ekonomi. Hal ini, berdampak besar bagi generasi muda khususnya mahasiswa. Generasi muda cenderung mudah terbawa arus globalisasi. Selain itu, kaum muda menjadi target para pebisnis untuk mengkonsumsi barang-barang dimana sekarang generasi muda yang memiliki sifat mudah tertarik pada objek baru atau produk bermerek. Khususnya mahasiswa menjadi pasar potensial

yang suka mengikuti *trend* terkini. Gaya hidup menggambarkan “manusia seutuhnya” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang, yang diwujudkan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya bagaimana mereka menggunakan uang dan bagaimana mereka mengatur waktu yang dimiliki.

Gaya hidup hedonisme adalah salah satu bentuk gaya hidup yang memiliki daya tarik bagi generasi muda. Dengan fenomena ini, generasi muda lebih cenderung memilih hidup yang mewah, enak, dan berkecukupan tanpa harus mengeluarkan tenaga (Setianingsih, 2018). Perilaku seperti ini banyak dilakukan generasi muda dimana mereka lebih memilih bersenang-senang dengan temannya, membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan, duduk santai di cafe, membeli gadget dengan harga tinggi, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian dalam lingkungannya. Dengan stigma generasi muda yang selalu menghabiskan uang, boros dan tidak menabung membuat mereka banyak melakukan kesalahan dalam mengatur keuangan.

Kepribadian seseorang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki kepribadian ekstrovert akan lebih sering melakukan perilaku konsumtif dikarenakan karakteristik kepribadian ekstrovert tergolong orang yang berani mengambil risiko, termasuk dalam pembelian produk dibandingkan orang yang memiliki kepribadian introvert (Lesmana & Rarung, 2020). Dengan begitu kepribadian yang kurang baik cenderung mencari pemenuhan kebutuhan hidupnya secara berlebihan yang dapat memuaskan dirinya dalam mengejar kebutuhan pribadinya. Banyaknya pembelian yang tidak dibutuhkan membuat pengeluaran yang sangat tinggi akibatnya generasi muda

gagal dalam pengelolaan keuangan. Maka dari itu, kecerdasan finansial sangat diperhatikan dalam kehidupan *trend* saat ini. Menurut (Azizah, 2020) kecerdasan finansial merupakan kemampuan seseorang yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan pengelolaan sumber daya keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Melakukan penelitian untuk mengetahui tingkat literasi keuangan pada masyarakat. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2017 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan 76,19%. Dengan ini, menunjukkan bahwa perilaku keuangan masyarakat terkait tujuan keuangan adalah masyarakat Indonesia masih didominasi tujuan jangka pendek dalam memenuhi kehidupan sehari-hari (Keuangan, 2017).

Menurut (Sugiharti & Maula, 2019) untuk mencapai kesejahteraan finansial seseorang harus mempunyai kemampuan dalam pengetahuan, kesadaran serta keterampilan sikap dan perilaku yang baik untuk membuat keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangannya. Pengetahuan masyarakat tentang pendidikan keuangan sangat penting dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat menjadi keterampilan hidup yang harus dimiliki setiap individu dalam jangka panjang. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2017 seseorang dapat dikatakan berpendidikan tinggi jika memiliki pengetahuan dan kepercayaan tinggi mengenai lembaga, produk dan jasa keuangan, dan literasi keuangan. Literasi keuangan berkaitan erat dengan manajemen keuangan dimana seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi maka semakin bagus pula manajemen keuangannya (Pohan, Gunawan, et al., 2021). Manajemen keuangan pribadi adalah salah satu dasar dalam konsep manajemen keuangan individu.

Generasi muda khususnya mahasiswa yang sudah mengenal bahkan menggunakan produk-produk keuangan baik perbankan, asuransi maupun produk investasi dalam kehidupan setiap hari. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa mahasiswa memiliki pengetahuan pendanaan yang memadai, namun belum semua individu memiliki keterampilan manajemen keuangan pribadi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan ”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelum dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi perusahaan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif pada Mahasiswa di Kota Medan yang tinggi dimana mahasiswa cenderung membeli barang yang tidak didasari oleh kebutuhan mereka melainkan hanya untuk mengikuti *trend* semata.
2. Gaya hidup berlebihan dimana Mahasiswa melakukan pembelian tidak sesuai dengan kebutuhan yang mengakibatkan kegagalan dalam pengelolaan keuangan.
3. Kepribadian Mahasiswa yang kurang baik cenderung melakukan perilaku konsumtif.
4. Pemahaman literasi keuangan yang rendah pada Mahasiswa di Kota Medan membuat mahasiswa tidak dapat mengontrol diri dalam membelanjakan keuangannya.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang hanya meliputi variabel gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan penulis, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan?
2. Apakah kepribadian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan?
4. Apakah gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepribadian terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di kota Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari uraian yang telah dikemukakan diatas, adapun manfaat yang bisa didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menambah pengetahuan mengenai gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Medan.
 - b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar yang diharapkan dapat menambah pengetahuan, sehingga dapat lebih memahami teori-teori yang telah dipelajari.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna dan menjadi bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi instansi terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh dari gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Medan.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

(Chairiah & Siregar, 2022) Mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai suatu produk secara tidak tuntas. Artinya seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming. Perilaku konsumtif itu sendiri tidak baik bagi pelaku karena menguras pendapatan juga mengakibatkan pemborosan, pengambilan keputusan konsumen yang cenderung irasional (Sari et al., 2021).

Sedangkan menurut (Mustomi & Puspasari, 2020), perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Selanjutnya, (R. Wahyuni et al., 2019) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis didalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak perlu.

Menurut (Dewi et al., 2021) , Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak lagi terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk macam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri.

Dari penelitian lain Menurut (Gunawan et al., 2023) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif yaitu penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas mengenai perilaku konsumtif. Penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang hanya didasarkan pada keinginan bukan kebutuhan, relatif berlebihan serta pemborosan, tidak mementingkan fungsi melainkan gengsi.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif berasal dari hal-hal yang ada disekeliling pelaku. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi perilaku konsumen yang pada akhirnya membentuk perilaku konsumtif.

Menurut (Hanum & Hidayat, 2017) Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Dalam faktor budaya terdiri dari: kebudayaan, sub-budaya, dan kelas

sosial. Faktor sosial terdiri dari: kelompok, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi terdiri dari: usia, situasi ekonomi, pekerjaan, gaya hidup serta kepribadian. Sedangkan faktor psikologi terdiri dari: motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap.

Sejalan dengan (Pohan et al., 2022) Mengatakan bahwa faktor perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, kebanggaan karena penampilan dirinya, ikut-ikutan, dan menarik perhatian dari orang lain.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli diatas, maka faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

1. Faktor budaya yang terdiri dari:

a. Faktor budaya

Kebudayaan merupakan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan instansi lainnya. Menurut Mangkunegara dalam Hanuning mengemukakan bahwa budaya adalah hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

b. Sub-budaya

Pembagian adanya dalam kelompok-kelompok budaya berdasarkan faktor horizontal, yaitu berdasarkan kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis.

c. Kelas sosial

Pembagian kelompok masyarakat berdasarkan faktor horizontal, yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama berkelompok-kelompok yang terbentuk dalam kelas sosial ini akan memiliki strata yang berbeda dan memiliki orientasi dan perilaku yang berbeda.

2. Faktor sosial

a. Kelompok

Kelompok merupakan dua atau lebih orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan aktivitas untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan bersama.

b. Keluarga

Kelompok sosial yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya pada masyarakat yang memiliki budaya kekeluargaan.

c. Peran dan status

Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok atau dalam lingkungannya.

3. Faktor pribadi

a. Usia

Usia atau tahapan dalam siklus hidup sangat mempengaruhi apa yang dibeli dan bagaimana mereka membeli.

b. Situasi ekonomi

Mereka yang secara ekonominya baik akan memiliki banyak pilihan, sedangkan yang ekonominya kurang baik akan terbatas pilihannya.

c. Pekerjaan

Aktivitas dalam pekerjaan, lingkungan pekerjaan, mobilitas dan karakteristik akan mempengaruhi mereka dalam membeli produk.

d. Gaya hidup

Pola seseorang dalam hidup yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapatnya dalam sesuatu.

e. Kepribadian

Sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon situasi di sekelilingnya.

4. Faktor psikologi

a. Motivasi

Dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

b. Persepsi

Dimana orang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.

c. Pembelajaran

Perubahan perilaku seseorang oleh karena pengalaman, pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respon, dan penguatan.

d. Keyakinan dan sikap

Suatu pola yang di organisasikan melalui pengetahuan dan kemudian di pegang oleh individu sebagai kebenaran dalam hidupnya.

2.1.1.3 Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator adalah sebuah ciri, karakteristik, atau ukuran yang menunjukkan perubahan pada fenomena tersebut. Menurut (Lestarina et al., 2017). Aspek-aspek perilaku konsumtif antara lain pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian yang tidak rasional.

1. Pembelian impulsif (*impulsive buying*)

Menurut (Kusnawan et al., 2019) Pembelian impulsif adalah suatu pembelian yang segera dan tiba-tiba tanpa adanya niat sebelum belanja, untuk membeli kategori produk yang spesifik dan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Sejalan dengan (Rozaini & Ginting, 2019) mengemukakan bahwa pembelian impulsif (*impulsive buying*) adalah suatu fakta kehidupan dalam perilaku konsumen yang dibuktikan sebagai suatu kegiatan berbelanja dalam waktu yang terbatas dimana rute pembelian yang mereka lakukan semestinya berbeda. Menurut (Afandi & Hartati, 2017) pembelian impulsif merupakan perilaku pembelian yang disebabkan oleh adanya dorongan yang sangat kuat, tiba-tiba, dan terus-menerus yang berupaya mendorong konsumen untuk membeli sesuatu benda. Berdasarkan pengetahuan yang telah dikemukakan penulis menarik kesimpulan bahwa pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan dengan niat yang tidak pasti, dan dilakukan secara terus-menerus tanpa adanya pertimbangan.

2. Pemborosan

Pemborosan adalah perilaku yang tidak memperhitungkan pengeluaran, menghambur-hamburkan uang untuk sesuatu yang tidak dibutuhkan atau diperlukan.

3. Pembelian yang tidak rasional

Pembelian yang tidak rasional adalah suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan (Miranda, 2017). Banyak remaja zaman sekarang yang melakukan pembelian dengan tidak rasional seperti mudahnya tertarik dengan promosi atau iklan yang ada di media cetak atau elektronik, adanya pertukaran penjualan atau bonus dan banyak diskon sehingga mereka berlomba-lomba membeli barang tersebut tanpa memikirkan kegunaannya agar tampak lebih daripada yang lainnya.

Selain itu, (Sumartono, 2002) mengemukakan bahwa indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena penampilan yang menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas/pengaruh sosial terhadap model yang di iklankan.
7. Munculnya penilaian bahwa pembeli dengan harga mahal akan memunculkan rasa percaya diri yang tinggi.

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli sesuatu barang secara berlebihan, hanya mementingkan gengsi semata agar terlihat lebih menarik dan tidak mempertimbangan fungsinya.

2.1.2 Gaya Hidup

2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola atau cara hidup yang ditunjukkan seseorang bagaimana menilai suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler dan Amstrong (Anggraini & Santhoso, 2017) gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang akan menunjukkan pola kehidupannya yang dicerminkan melalui kegiatan, minat dan opininya dalam berinteraksi dilingkungan sekitarnya. Hal ini sejalan dengan (Gunawan et al., 2020) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kegiatan, keinginan dan perilaku dalam membeli sesuatu serta bagaimana mendistribusikan keuangannya dengan baik.

Secara luas gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup seseorang yang dapat dilihat dari bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri dan juga dunia yang disekitarnya (pendapat). Menurut (Riadi, 2018) gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam menyikapi atau mempergunakan waktu

luangnya untuk memenuhi kebutuhan dan perilaku pembelian yang cenderung mudah berubah seiring perkembangan zaman.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan sehari-hari dalam kegiatan individu maupun cara dia bergaul dengan keluarga, teman, maupun komunitasnya. Menurut Amstrong (dalam Anggraini et al., 2017) Menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam diri individu (internal) dan dari luar diri individu (eksternal). Faktor internal tersebut meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, konsep diri, kepribadian dan motif. Sedangkan, faktor eksternal meliputi kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan kebudayaan.

1. Faktor Internal

Faktor internal terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, konsep diri, kepribadian dan motif.

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikiran yang siap menanggapi apa yang diatur oleh pengalaman dan secara langsung mempengaruhi perilakunya. Keadaan jiwa sangat dipengaruhi oleh budaya, perilaku dan lingkungan.

b. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi tingkah laku manusia, pengalaman dapat diperoleh dari segala perbuatan yang telah lalu dan dapat dipelajari. Dengan belajar orang akan memperoleh pengalaman. Hasil eksperimen sosial dapat menciptakan ide tentang berbagai hal.

c. Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian seseorang adalah konsep diri. Konsep diri telah menjadi metode yang terkenal untuk menjelaskan hubungan antara konsep diri konsumen dan citra merek. Bagaimana seseorang mempersepsikan dirinya akan mempengaruhi minat. Konsep diri sebagai inti dari nilai-nilai kemanusiaan akan menentukan perilaku setiap orang dalam menghadapi persoalan hidup, karena konsep diri merupakan sistem acuan yang menjadi titik tolak perilaku.

d. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik dan sifat individu dalam menentukan perbedaan perilaku individu.

e. Motif

Perilaku individu yang dimotivasi oleh kebutuhan untuk merasa nyaman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh motif. Jika motif seseorang terhadap *prestise* itu besar, maka ia akan mengembangkan gaya hidup yang mengutamakan kehidupan hedonis.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri dari kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan kebudayaan.

a. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok individu yang permanen dalam masyarakat, yang diatur dalam hierarki, dan anggota pada setiap tingkatan memiliki nilai, minat dan sikap yang sama. Ada dua faktor utama dalam struktur sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu status dan peran.

Status sosial mengacu pada tempat seseorang dalam lingkungan, martabat hak dan kewajibannya. Status sosial ini dapat dicapai melalui usaha yang disengaja atau melalui studi. Peran adalah aspek yang dinamis dari kedudukan. Ketika seseorang melaksanakan wewenang serta tanggung jawabnya sesuai dengan kedudukannya, maka dia sedang melakukan perannya.

b. Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan salah satu yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok yang dimana setiap orang tersebut menjadi anggotanya. Sedangkan kelompok yang menjadi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana seseorang bukan menjadi anggotanya. Pengaruh ini akan memaparkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

c. Keluarga

Keluarga memiliki peran terbesar dan terlama dalam membentuk karakter dan perilaku individu, karena proses pengasuhan membentuk perilaku anak yang secara tidak langsung mempengaruhi cara hidupnya.

d. Kebudayaan

Kebudayaan mencakup pengetahuan, kepercayaan, keterampilan, praktik, hukum adat istiadat, dan sikap yang diperoleh individu sebagai anggota suatu komunitas. Kebudayaan mencakup semua yang dipelajari melalui nilai-nilai moral, termasuk ciri-ciri pikiran, perasaan, dan tindakan.

Sedangkan Menurut (Fatmawati, 2020) Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sebagai berikut:

1. Efisiensi waktu
2. Akses yang mendukung
3. Sebagai pemenuhan kebutuhan hidup

2.1.2.3 Indikator Gaya Hidup

Indikator adalah salah satu aspek penting dalam penelitian yaitu sebuah ciri, karakteristik, atau ukuran yang menunjukkan perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Menurut (Kusnandar & Kurniawan, 2018) Mengatakan bahwa indikator gaya hidup meliputi:

1. Kegiatan (terdiri dari pekerjaan, hobi, dan liburan).
2. Minat (terdiri dari keluarga, pekerjaan, dan komunitas).
3. Opini (terdiri dari isu sosial, isu politik, dan bisnis).

Sedangkan Menurut (Kusnandar & Kurniawan, 2018) Para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel AIO, yaitun *activities, interest, and opinion* dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Activities

Aktivitas adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan setiap individu dalam kesehariannya.

2. Interest

Interest atau minat adalah ketertarikan atau kegemaran seseorang terhadap sesuatu dan menjadikan hal tersebut prioritas dalam hidupnya.

3. *Oponion*

Opinion atau pendapat merupakan pandangan dari setiap individu terhadap segala sesuatu yang terjadi disekitarnya.

2.1.3 Kepribadian

2.1.3.1 Pengertian Kepribadian

Kepribadian merupakan perilaku seseorang bagaimana bereaksi atau berinteraksi dengan individu lain yang diperlihatkan dalam kehidupan sehari-hari. Kepribadian adalah sifat seseorang dalam mengekspresikan tindakan yang memiliki kecenderungan perilaku yang khas dan menerepkannya secara terus-menerus sehingga menjadi ciri khas pribadinya (Ansori, 2020).

Pendapat lain menurut (Sya'baniah et al., 2019) kepribadian merupakan karakteristik individu yang menunjukkan kecenderungan identitasnya yang melalui pemikiran, emosi dan perilaku yang merupakan produk interaksi antara genetik dan pengaruh lingkungan. Sekumpulan banyak sifat juga disebut dengan kepribadian. (Humaira & Sagoro, 2018) menyatakan bahwa kepribadian adalah sifat yang dimiliki seseorang wirausaha dalam mengelola usaha dan harus dimiliki kepercayaan diri yang tinggi, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil keputusan, memiliki jiwa kepemimpinan dan orientasi dimasa yang akan datang. Kepribadian yang baik akan memperlancar perilaku pengelolaan keuangan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah karakter atau ciri khas seseorang yang dimiliki yang terbentuk dari lingkungan sekitar.

Menurut (Ulya, 2017) menyatakan ada dua tipe kepribadian yaitu *introvert* (cenderung berorientasi ke dalam) adalah pengembangan diri yang berakar dari

sifat-sifat pribadi yang dipunyai manusia sejak dilahirkan. Sedangkan *extrovert* (cenderung berorientasi keluar) yang juga tidak kalah penting dari *introvert*, karena hal itulah yang pertama kali dilihat oleh orang lain, sehingga akan menimbulkan kesan atau persepsi tertentu.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepribadian seseorang yaitu :

1. Faktor Biologis

Perawakan fisik, daya tarik wajah, jenis kelamin, tempramen, komposisi otot dan refleksi, tingkat energi dan otak juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepribadian seseorang.

2. Faktor budaya

Budaya juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepribadian seseorang. Budaya sangat menentukan sikap mandiri, agresi, persaingan, kerja sama dan sejumlah tanggapan manusia lainnya.

3. Faktor keluarga

Keluarga memiliki peran penting dalam membangun kepribadian awal. Orang tua memainkan peran yang sangat penting dalam proses identifikasi yang penting bagi perkembangan awal seseorang

4. Faktor sosial

Sosialisasi melibatkan proses dimana seseorang memperoleh berbagai potensi perilaku yang pada akhirnya diserap. Sosialisasi dimulai dengan kontak awal antara ibu dan bayi yang baru lahir.

5. Faktor situasi

Terakhir adalah faktor situasi. Situasi memiliki efek yang cukup kuat. Pengetahuan, keterampilan dan bahasa yang diperoleh dapat memodifikasi perilaku.

2.1.3.3 Indikator Kepribadian

Kepribadian dapat diukur dengan beberapa indikator. Menurut (Syaifudin, 2017) indikator dari kepribadian adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri
2. Berani mengambil risiko
3. Kepemimpinan
4. Berorientasi ke masa depan

Adapun indikator kepribadian lain menurut (Yusuf & Sriwahyuni, 2022) adalah sebagai berikut:

1. *Oppenes* atau keterbukaan adalah erat kaitannya dengan keterbukaan wawasan dan originalitas pemikiran. Individual yang terbuka bersedia menerima berbagai rangsangan yang ada dengan mata terbuka karena wawasannya tidak hanya luas tetapi dalam.
2. *Conscientiousness* atau kesadaran merupakan dimensi ini mengacu pada melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh, bertanggung jawab, dapat diandalkan, seperti ketertiban dan disiplin.
3. *Ekstraversio* atau ekstrovert merupakan tipe orang yang bersemangat dan antusias. Tipe seperti ini semangat menjalani relasi dengan orang lain dan tidak pernah malu dalam berkenalan dan aktif dalam mencari relasi baru.

4. *Agreeableness* atau kesesuaian merupakan dimensi ini mewakili berbagi yang tulus, perasaan yang halus, dan perhatian pada hal positif orang lain.
5. *Neuroticism* atau neurotisme merupakan sifat neurotisme dikaitkan dengan emosi negatif seperti khawatir, tegang, dan takut.

2.1.4 Literasi Keuangan

2.1.4.1 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut (S. F. Wahyuni et al., 2022) Literasi keuangan ialah pengetahuan yang harus dimiliki oleh siapapun itu. Pada kehidupan sehari-hari, kita selalu terlibat dengan aturan pada pengelolaan keuangan. Maka dari itu, literasi keuangan menjadi pengetahuan setiap individu dalam proses pengelolaan keuangan. Menurut (Putri et al., 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan pengukuran terhadap pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, dan memiliki kemampuan dan keyakinan untuk mengatur keuangan pribadi melalui pengambilan jangka pendek yang tepat, perencanaan keuangan jangka panjang, serta memperhatikan kejadian dan kondisi ekonomi.

Literasi keuangan yang baik akan memberikan pengaruh positif pada sikap keuangan seseorang seperti, mengatur dan melakukan perencanaan pada keuangannya dengan tepat. Semakin tinggi tingkat literasi keuangannya maka semakin bagus pula tingkat kemampuan dalam pengelolaan keuangan. Seseorang akan mampu melihat uang dengan sudut pandang yang berbeda dan memiliki kendali atas kondisi keuangannya. Mereka akan tahu apa yang akan dilakukan dengan uang yang dimiliki serta bagaimana memanfaatkannya. Hal ini sejalan dengan (Putri, 2021) mengatakan bahwa jika seseorang memiliki pengetahuan

tentang keuangan yang mereka miliki sedikit, maka akan mengakibatkan kerugian bagi orang tersebut.

Sedangkan Menurut (Keuangan, 2017) menyatakan bahwa secara definisi literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami serta mengelola keuangan agar berkembang untuk mencapai kesejahteraan dimasa mendatang. OJK juga membagi tingkat literasi menjadi 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*, 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*, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
4. *Not literate*, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Maka inti dari penjelasan beberapa para ahli diatas adalah bahwasanya literasi keuangan itu penting dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan seseorang dan literasi keuangan juga berperan sebagai pemahaman dan keyakinan seseorang untuk mengetahui konsep keuangan dalam mengatur dan mengalokasikan keuangan untuk mencapai kesejahteraan masa depan.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut (Irman & Fadrul, 2018) menyatakan bahwa ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi literasi keuangan seseorang yaitu sebagai berikut.

1. Jenis kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Jenis kelamin mempengaruhi literasi keuangan seseorang. Dimana laki laki cenderung memiliki literasi keuangan personal yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Laki-laki tidak banyak mempertimbangkan variabel-variabel yang berhubungan dengan keputusan investasinya, karena karakter laki-laki berbanding terbalik dengan perempuan. Perempuan lebih cenderung berhati-hati dalam membuat keputusan keuangan.

2. IPK (Indeks Prestasi Kumulatif)

IPK adalah indeks prestasi yang diperoleh dari penilaian hasil belajar dari seluruh mata kuliah yang dilakukan pada akhir program. Mahasiswa yang memiliki IPK lebih tinggi akan memiliki keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki IPK yang rendah.

3. Pengalaman Kerja

Pekerjaan secara umum didefinisikan sebagai sebuah kegiatan aktif yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah pekerjaan digunakan untuk suatu tugas atau kerja yang menghasilkan sebuah karya imbalan dalam bentuk uang bagi seseorang. Hogen menyatakan bahwa pengalaman kerja memiliki hubungan dengan literasi keuangan karena ketika dengan seseorang bekerja maka akan meningkatkan pengetahuan secara kemampuannya dalam mengelola keuangan.

Menurut (Setyawati & Suroso, 2016) mengemukakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu:

1. Teknologi yang cepat berubah
2. Inovasi pasar
3. Praktik peminjaman utang yang dianggap meragukan
4. Tingkat utang konsumen yang tinggi
5. Perubahan sosial
6. Tren pasar
7. Meningkatkan kesadaran konsumen akan tanggung jawabnya dalam mengelola kredit dan investasi

Dari ringkasan diatas penulis menyimpulkan bahwa jenis kelamin, IPK, dan pengalaman kerja merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian lain Lusardi dkk (dalam Nurhab, 2018) bahwa *sosiodemography* atau perbedaan jenis kelamin yang juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi literasi keuangan seseorang.

2.1.3.3 Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup beberapa indikator keuangan yang harus diketahui. Menurut (Yushita, 2017) menyebutkan ada beberapa indikator literasi keuangan yang meliputi.

1. Pengetahuan umum tentang keuangan

Pengetahuan tentang keuangan mencakup pengetahuan keuangan pribadi, yakni bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta memahami konsep dasar keuangan. Konsep dasar tersebut mencakup perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, pengaruh inflasi, peluang, likuiditas dan lain-lain.

2. Tabungan dan pinjaman

Tabungan adalah akumulasi dana terlebih yang diperoleh dengan sengaja mengkonsumsi lebih sedikit dari pendapatan. Menurut Kapoor dalam pemilihan tabungan, ada enam faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu : tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas, keamanan, pembatasan-pembatasan dan *fee*.

3. Asuransi

Asuransi merupakan suatu alat untuk mengurangi risiko keuangan dengan cara pengumpulan unit-unit eksposur dalam jumlah yang memadai, untuk membuat agar kerugian individu dapat diperkirakan.

4. Investasi

Investasi adalah menyimpan atau menempatkan uang agar bisa bekerja sehingga dapat menghasilkan uang yang lebih banyak.

Sedangkan Menurut (Soraya & Lutfiati, 2020) indikator literasi keuangan sebagai berikut:

1. Pengetahuan seseorang tentang nilai barang
2. Penganggaran, tabungan dan pengelolaan keuangan
3. Pengelolaan kredit
4. Pentingnya asuransi dan perencanaan pensiun

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tergambarkan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Semakin tinggi gaya hidup yang dipilih seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pula sebaliknya semakin

rendah gaya hidup yang dipilihnya maka semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya. Gaya hidup mahasiswa saat ini cenderung melakukan perilaku konsumtif dimana mereka lebih banyak menghabiskan waktu luang dengan sia-sia seperti pergi ke Mall, duduk-duduk santai di cafe dan membeli barang mewah yang sebenarnya tidak mereka butuhkan sehingga mereka tidak mampu dalam mengontrol keuangannya sendiri (Pohan, Jufrizen, et al., 2021). Dengan demikian gaya hidup secara nyata sangat berpengaruh pada perilaku konsumtifnya. Pernyataan ini juga sejalan dengan (Pulungan & Febriaty, 2018) mengatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana dikatakannya gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli.

Menurut (Kanserina, 2015) Bahwa gaya hidup berpengaruh positif pada perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan gaya hidup yang mewah, kebutuhan akan barang dan jasa pun menjadi mewah. Mahasiswa tidak lagi memikirkan skala prioritasnya dalam memenuhi kebutuhan. Apabila gaya hidup hedonisme tidak diantisipasi dan dikontrol oleh mahasiswa itu sendiri maka mahasiswa tersebut telah menanamkan perilaku konsumtif pada diri mereka.

Maka dapat disimpulkan dari hasil penelitian diatas bahwa gaya hidup berpengaruh pada perilaku konsumtif.

2.2.2 Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif

Kepribadian setiap individu memiliki bentuk yang khas dan unik sehingga menjadi identitas setiap individu. Bentuk kepribadian dibagi menjadi dua yakni, bentuk kepribadian *ekstrovert* dan bentuk kepribadian *introvert* (Ripki, 2017). Individu yang memiliki bentuk kepribadian *ekstrovert* cenderung mengarahkan

diri lebih banyak keluar dari pada kedalam diri sendiri. Individu yang memiliki bentuk *ekstrovert* memiliki sifat sosial, lebih banyak berbuat daripada merenung dan berpikir dan lebih senang berada dikeramaian atau kondisi yang terdapat banyak orang daripada tempat sunyi.

Dengan demikian, seseorang yang memiliki sifat kepribadian *ekstrovert* ini yang senang menghabiskan waktu diluar rumah dibandingkan duduk diam dirumah akan lebih cenderung berperilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan (Andira & Asiyah, 2023) menyatakan bahwa semakin tinggi kepribadian yang tidak baik maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Namun, sebaliknya semakin rendah kepribadian yang tidak baik akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sedangkan individu yang memiliki bentuk kepribadian *introvert* cenderung lebih mementingkan dunia internal pikiran, perasaan dan fantasi dan cenderung mampu mencukupi dirinya sendiri dan tidak akan berperilaku konsumtif dikarenakan kurangnya pengeluaran pada diri sendiri akibat lebih seringnya didalam rumah dan kurang bersosialisasi.

Maka dapat disimpulkan bahwa kepribadian berpengaruh pada perilaku konsumtif.

2.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah sebagai suatu kemampuan seseorang dalam memahami situasi keuangan serta konsep-konsep keuangan untuk mencapai perubahan yang baik pada diri pelaku. Literasi keuangan sebenarnya sudah diajarkan oleh orang tua, sekolah dan lingkungan sekitar baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti pembelajaran untuk menabung, mengurangi pengeluaran, menghitung bunga tabungan dan lain sebagainya. Tapi pada kenyataannya

masih banyak masyarakat terutama mahasiswa belum dapat bersikap rasional, karena semakin modernnya zaman, canggihnya alat komunikasi, fashion dengan gaya hidup yang bebas menjadikan mereka kurang dalam mengatur keuangannya. Banyaknya kebutuhan yang sebenarnya tidak mereka butuhkan membuat mereka mengarah kepada perilaku konsumtif. Literasi yang baik dapat berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif sehari-hari, semakin besar pengetahuan keuangan yang dimiliki mahasiswa maka akan lebih efektif dalam mengelola keuangan yang dimiliki. Sebaliknya, jika tingkat pengetahuan keuangan seseorang rendah maka dalam pengelolaan keuangannya tidak akan baik dan berperilaku konsumtif.

Menurut (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) Menyatakan bahwa literasi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun Tsalita juga mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin tepat dalam menentukan pengambilan produk keuangan khususnya sistem kredit yang nantinya mampu menghindari dari risiko keuangan. Tetapi sebaliknya, apabila semakin rendah tingkat literasi seseorang maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya dikarenakan tidak adanya pengelolaan dan penggunaan keuangan dengan baik dan menimbulkan pemborosan.

Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada perilaku konsumtif.

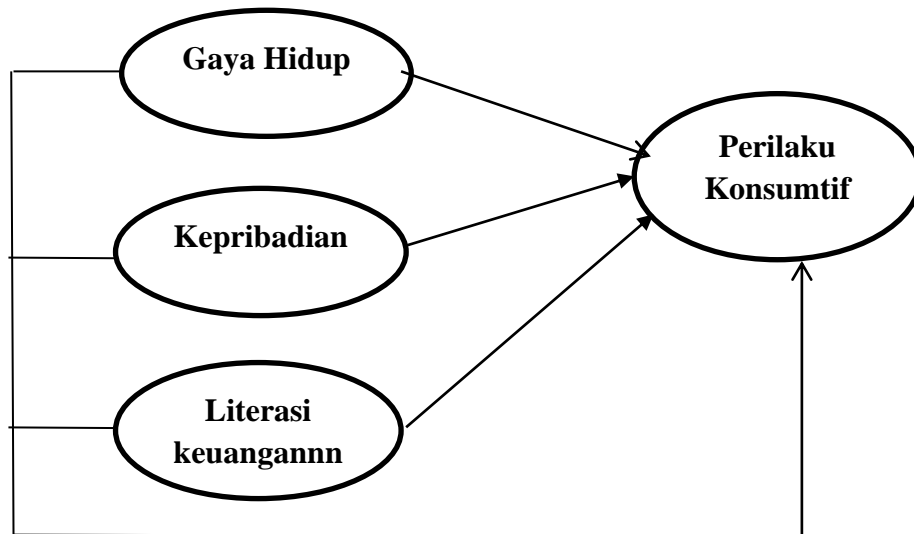
2.2.4 Pengaruh Gaya Hidup, kepribadian dan Literasi keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari beberapa penjelasan sebelumnya dapat kita simpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa saat ini

diantaranya adalah Gaya Hidup, kepribadian dan Literasi Keuangan. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang rentan mengalami perilaku konsumtif. Banyak mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang mengarah pada perilaku konsumen, seperti melakukan pembelian impulsif, pemborosan, serta pembelian yang tidak rasional. Dengan gaya hidup yang tinggi membuat mereka melakukan kesalahan dalam pengelolaan keuangannya dimana mereka tidak dapat mengendalikan diri mereka untuk tidak melakukan perilaku konsumtif. Gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa, karena apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan dan kepribadian yang baik maka mahasiswa tersebut akan berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga mahasiswa dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak berperilaku konsumtif. Namun sebaliknya, apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan dan kepribadian yang kurang, maka mahasiswa tersebut cenderung tidak berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga mahasiswa akan berperilaku konsumtif (Risa, 2015).

Menurut (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) Menyatakan bahwa gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selain faktor dari gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif terdapat juga faktor lain yang juga mempengaruhi dari perilaku konsumtif mahasiswa seperti faktor usia, keluarga, dan pendapatan orang tua.

Maka dapat penulis simpulkan bahwa gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.



Gambar 2.3 : Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. hipotesis dikatakan sementara karena belum dibuktikan kebenarannya berdasarkan fakta-fakta empiris dari hasil pengumpulan data dalam penelitian.

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

1. Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan
2. Kepribadian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan
3. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan
4. Gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei, karena mengambil sampel dari satu populasi. Dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme yang digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu, biasanya diambil secara acak dan mengumpulkan data dengan alat penelitian yang kemudian dianalisis secara kuantitatif/statistik.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018)

3.2.1 Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang hanya didasarkan pada keinginan bukan kebutuhan, relatif berlebihan serta pemborosan, tidak mementingkan fungsi melainkan gengsi

Tabel 3.1
Indikator Perilaku Konsumtif

No	Indikator
1	Harga Diskon
2	Kemasan Menarik
3	Pembelian untuk menjaga penampilan diri dan gengsi
4	Pertimbangan harga

Sumber : (Sumartono, 2002)

3.2.2 Gaya Hidup (X1)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam menyikapi atau mempergunakan waktu luangnya untuk memenuhi kebutuhan dan perilaku pembelian yang cenderung mudah berubah seiring perkembangan zaman.

Tabel 3.2
Indikator Gaya Hidup

No	Indikator
1	Kegiatan
2	Minat
3	Pendapat

Sumber : (Kusnandar & Kurniawan, 2018)

3.2.3 Kepribadian (X2)

Kepribadian merupakan karakter atau perilaku seseorang dalam mengekspresikan atau berinteraksi dilingkungan sekitar yang diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 3.3
Indikator Kepribadian

No	Indikator
1	Percaya diri
2	Berani mengambil risiko
3	Kepemimpinan

Sumber : (Syaifudin, 2017)

3.2.4 Literasi Keuangan (X3)

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan pernyataan diatas maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa di Kota Medan.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.

Menurut (Sugiyono, 2018) Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Kriteria responden pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang ada di Kota Medan . penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow.

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

(Sumber: Stanley Lemeshow, 1997)

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : nilai standart = 1,96

p : maksimal estimasi = 50% = 0,5

d : alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

maka dapat dihitung :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah 96 Orang/responden.

Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

Berdasarkan sampel yang telah didapat, maka saya mengalokasikan sampel sesuai tabel dibawah ini :

Tabel 3.6
Alokasi Jumlah Sampel

No	Universitas	Jumlah Mahasiswa
1	UINSU	20
2	UNIMED	20
3	UMSU	50
4	ITSI	6

3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

3.5.1 Observasi

Observasi disebut juga pengamatan yang digunakan untuk mencari tahu informasi atau obyek baik secara langsung ataupun tidak langsung dari suatu fenomena yang datanya bersifat valid.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Wawancara berfungsi untuk memperoleh informasi, dimana pewawancara mengajukan pertanyaan yang dijawab oleh responden.

3.5.3 Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2018) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Adapun teknik pengukuran yang penulis lakukan dengan menggunakan skala likert yang dirancang untuk menguji tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan. (Sugiyono, 2018) membagi tingkat kesetujuan atas lima angkatan yaitu : 1). Sangat Tidak Setuju, 2). Tidak Setuju, 3). Kurang Setuju, 4). Setuju, dan 5). Sangat Setuju. Responden dapat memilih yang sesuai dengan penilaiannya. Agar lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.7

Tabel 3.7
Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Bobot
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2018)

Dengan menggunakan skala likert, akan lebih mudah untuk memberikan pertanyaan yang mudah dipahami oleh responden dan mudah dalam pemberian skor dari yang tertinggi hingga terendah.

Untuk menguji apakah instrument yang diukur cukup layak digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukurannya maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan atau kebenaran suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Juliandi et al., 2018). Dalam pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Berikut rumus yang digunakan untuk uji validitas:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \cdot \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana :

N : banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x$: jumlah pengamatan variabel x

$\sum y$: jumlah pengamatan variabel y

$(\sum x^2)$: jumlah kuadrat pengamatan variabel x

$(\sum y^2)$: jumlah kuadrat pengamatan variabel y

$\sum xy$: jumlah hasil kali variabel x dan y

Kinerja penerima/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Tolak H₀ jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitasnya yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig 2-tailed < α 0,05)
2. Tolak H₀ jika nilai korelasi adalah negatif dan probabilitas yang dihitung > nilai probabilitas yang diterapkan sebesar 0,05 (sig 2-tailed > α 0,05)

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

No	r hitung	r tabel	Status
1	0,768	0,167	Valid
2	0,762	0,167	Valid
3	0,642	0,167	Valid
4	0,559	0,167	Valid

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

Dari semua butir pernyataan untuk masing-masing pernyataan variabel variabel Perilaku Konsumtif ternyata semua pernyataan mempunyai status valid.

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)

No	r hitung	r tabel	Status
1	0,702	0,167	Valid
2	0,777	0,167	Valid
3	0,814	0,167	Valid
4	0,740	0,167	Valid

Sumber : Data penelitian (Diolah)

Dari semua butir pernyataan untuk masing-masing pernyataan variabel Gaya Hidup ternyata semua pernyataan mempunyai status valid.

Tabel 3.10
Hasil Uji Validitas Kepribadian (X2)

No	r hitung	r tabel	Status
1	0,709	0,167	Valid
2	0,800	0,167	Valid
3	0,769	0,167	Valid

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

Dari semua butir pernyataan untuk masing-masing pernyataan variabel Kepribadian ternyata semua pernyataan mempunyai status valid.

Tabel 3.11
Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan (X3)

No	r hitung	r tabel	Status
1	0,719	0,167	Valid
2	0,752	0,167	Valid
3	0,735	0,167	Valid
4	0,689	0,167	Valid

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

Dari semua butir pernyataan untuk masing-masing pernyataan variabel Kepribadian ternyata semua pernyataan mempunyai status valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya instrumen penelitian yang telah dibuat. Reliabel berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menurut (Juliandi et al., 2018) Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

r : Reliabilitas instrumen

k : Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$: Jumlah varians butir

$\sigma 1^2$: Varian total

1. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* > 0,6, maka instrument dinyatakan reliable (terpercaya).
2. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* < 0,6, maka instrument dinyatakan tidak reliable (tidak terpercaya).

Berdasarkan hasil penyebaran angket didapati hasil nilai reliabilitas dari kuesioner yang diberikan pada responden yaitu:

Tabel 3.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁, X₂, X₃, dan Y

Variabel	Nilai Alpha	Status
Perilaku Konsumtif (Y)	0,612	Reliabel
Gaya Hidup (X ₁)	0,753	Reliabel
Kepribadian (X ₂)	0,635	Reliabel
Literasi Keuangan (X ₃)	0,697	Reliabel

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Dalam praktik pengolahan data penelitian tidak diolah secara manual, namun menggunakan *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*.

3.6.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regresional analysis*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y : Perilaku Konsumtif

A : nilai konstanta Y bila $X_1, X_2 = 0$

X_1 : Gaya Hidup

X_2 : Literasi Keuangan

Metode regresi merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linier yang tidak bias yang terbaik (*best linier unbiased estimate*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan uji asumsi klasik.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal (Juliandi et al., 2018). Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dengan melalui pendekatan Histogram dan pendekatan Grafik dengan ketentuan uji sebagai berikut:

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

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflasi Factor*) antara variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara lain prediksi variabel terikat dengan nilai residual.

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

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya), jika terjadi korelasi yang berurutan

sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji *Statistic Durbin Watson*. Salah satu cara mengidentifikasi adalah dengan melihat nilai *Durbin Watson* (D-W):

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

3.6.3 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu proses dari pendugaan parameter dalam populasi, yang dapat membawa pada suatu keputusan akhir yaitu menolak atau menerima pernyataan tersebut. Adapun pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dengan cara berikut:

3.6.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05, penerimaan atau penolakan dilakukan menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $>0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
3. Nilai koefisien beta (β) harus searah dengan hipotesis yang diajukan.

Uji-t dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lainnya uji-t dipergunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan uji-t, maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

tahap – tahap

1. Bentuk pengujian

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

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

2. Kriteria pengambilan keputusan

Bila $>$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Bila $<$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.



Gambar 2.4 : Kriteria Pengujian Hipotesis t

3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F)

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

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

Dimana :

F_h : nilai F hitung

R^2 : koefisien koefisien ganda

n : jumlah variabel

F : F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Adapun tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Bentuk pengujian

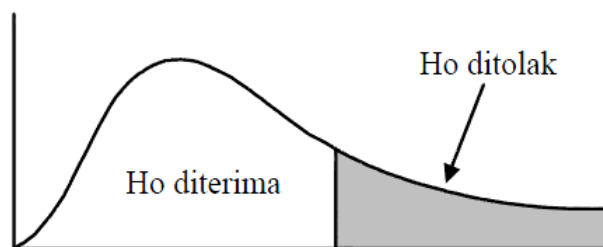
H_0 : $\beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

H_0 : $\beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Pengambilan keputusan

Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$

Terima H_0 apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$



Gambar 2.5 : Kriteria Pengujian Hipotesis F

3.6.4 Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat 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.

Untuk mempermudah peneliti dalam pengelolaan penganalisaan data, peneliti menggunakan program komputer yaitu *Statistical Program For Social Science* dengan rumus determinasi sebagai berikut:

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

Dimana :

D : koefisien determinasi

R : koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

100% : presentase kontribusi

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengelola data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel perilaku konsumtif (Y), 4 pernyataan untuk gaya hidup (X1), 3 pernyataan untuk kepribadian (X2), dan 4 pernyataan untuk literasi keuangan (X3). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow yang berjumlah 96 responden mahasiswa. Hasil data angket penelitian disebarkan kemudian diberikan kepada responden dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel *ceklist* dan *google form* kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan SPSS.

4.1.2 Karakteristik Responden

4.1.2.1 Identitas Berdasarkan jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	33	34,4 %
2	Perempuan	63	65,6 %
TOTAL		96	100 %

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa persentase rsponden terdiri dari 33 (34,4%) orang laki-laki dan perempuan sebanyak 63 (65,6%) orang. Bisa ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah laki-laki pada mahasiswa di Kota Medan.

4.1.2.2 Identitas Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
2	18 - 20 Tahun	5	5,2 %
3	21 – 25 Tahun	90	93,8 %
4	>25	1	1 %
TOTAL		96	100 %

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa responden terdiri dari mahasiswa yang berumur 18 - 20 tahun sebanyak 5 orang (5,2%), berumur 21 - 25 tahun sebanyak 90 orang (93,8%) , sedangkan berumur >25 tahun yaitu sebanyak 1 orang (1%). Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden adalah yang berumur rentang waktu 21 - 25 tahun pada mahasiswa di Kota Medan.

4.1.2.3 Identitas Berdasarkan Asal Universitas

Tabel 4.3
Asal Kuliah Responden

No.	Asal Universitas	Jumlah	Persentase
1	UINSU	28	29,2 %
2	UMSU	34	35,4 %
3	UNIMED	26	27,1 %
4	ITSI	8	8,3 %
TOTAL		96	100 %

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa responden terdiri dari mahasiswa UINSU sebanyak 28 orang (29,2 %), UMSU sebanyak 34 orang (35,4%), UNIMED sebanyak 26 orang (27,1%), dan ITSI sebanyak 8 orang (8,3%).

Dengan demikian yang menjadi mayoritas responden responden adalah mahasiswa UMSU

4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu perilaku konsumtif (Y), gaya hidup (X1), kepribadian (X2), dan literasi keuangan (X3). Deskripsi dari pernyataan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan penulis kepada responden.

4.1.3.1 Variabel Perilaku Konsumtif

Tabel 4.4
Skor angket untuk variabel perilaku konsumtif

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	25	26	49	51	19	19,8	1	1	2	2,1	96	100
2	8	8,3	40	41,7	39	40,6	5	5,2	4	4,2	96	100
3	3	3,1	19	19,8	39	40,6	22	22,9	13	13,5	96	100
4	33	34,4	52	54,2	9	9,4	0	0	2	2,1	96	100

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan ke-1, mahasiswa dominan menjawab setuju membeli barang karena diskon. Yang berarti mahasiswa sering melakukan pembelian barang karena adanya promo atau diskon bukan karena memangs kebutuhannya.
2. Pada pernyataan ke-2, mahasiswa dominan menjawab setuju membeli barang yang kemasannya menarik. Yang berarti mahasiswa melakukan

pembelian barang dikarenakan mereka melihat barang tersebut memiliki kemasan yang unik dan berkeinginan langsung untuk membelinya.

3. Pada pernyataan ke-3, mahasiswa dominan menjawab kurang setuju untuk melakukan pembelian barang mahal hanya untuk menjaga penampilan diri/gengsi. Dan sebanyak 19 orang menjawab setuju yang artinya mahasiswa masih mampu menahan diri mereka untuk tidak membeli barang mewah dan sebagian lainnya setuju untuk melakukan pembelian barang mewah hanya untuk menyatarakan diri didepan teman-temannya.
4. Pada pernyataan ke-4, mahasiswa dominan menjawab sangat setuju untuk mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian. Yang berarti mahasiswa selalu melihat harga terlebih dahulu dan membandingkan harganya dari satu toko ketoko lain.

Dari hasil angket diatas memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki perilaku konsumtif hal ini ditandai bahwa mahasiswa suka membeli barang karena adanya promo atau diskon walaupun bukan barang yang sedang mereka butuhkan, dan suka membeli barang dikarenakan kemasan yang unik tanpa tahu fungsi dari barang tersebut.

4.1.3.2 Variabel Gaya Hidup

Tabel 4.5
Skor angket untuk variabel gaya hidup

N o.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	6,3	46	47,9	24	25	12	12,5	8	8,3	96	100
2	4	4,2	19	19,8	47	49	14	14,6	12	12,5	96	100
3	2	2,1	36	37,5	20	20,8	22	22,9	16	16,7	96	100

4	4	4,2	36	37,5	36	37,5	14	14,6	6	6,3	96	100
---	---	-----	----	------	----	------	----	------	---	-----	----	-----

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.5 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan ke-1, mahasiswa dominan menjawab setuju sering menghabiskan waktu untuk jalan-jalan berbelanja atau sekedar melihat-lihat barang di Mall bersama temna-teman. Yang berarti mahaiswa lebih sering meluangkan waktu mereka untuk jalan-jalan dan berbelanja di Mall. Hal ini dapat dikatakan bahwa mahasiswa memiliki gaya hidup yang cenderung tinggi. Mahasiswa yang seharusnya banyak meluangkan waktu mereka untuk belajar tetapi lebih memilih menghabiskan waktu untuk jalan-jalan, serta nongkrong di cafe bersama teman-teman.
2. Pada pernyataan ke-2, mahasiswa dominan menjawab kurang setuju dan tidak sedikit juga yang menjawab setuju senang membeli barang yang sedang *trend* untuk *fashion*. Yang berarti mahasiswa selalu mengikuti perkembangan zaman barang apa saja yang sedang naik daun dan suatu kepuasan bagi diri sendiri kalau memiliki barang yang sedang *trend*.
3. Pada pernyataan ke-3, mahasiswa dominan menjawab setuju senang melakukan pembelian barang tanpa mempertimbangkan fungsinya. Yang berarti mahasiswa kerap sekali membeli barang-barang yang sebenarnya mereka sendiri juga tidak tahu fungsi dari barang tersebut. Gaya hidup yang tinggi membuat mereka selalu memenuhi keinginannya
4. Pada pernyataan ke-4, mahasiswa seimbang menjawab antara setuju dan kurang setuju selalu mengikuti gaya hidup modern. Yang berarti sebagian mahasiswa selalu mengikuti perkembangan gaya hidup modern untuk

memenuhi keinginannya dan ada juga sebagian mahasiswa yang kurang setuju untuk selalu mengikuti gaya hidup modern.

Dari hasil angket diatas memperlihatkan bahwa mahasiswa cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi dimana mahasiswa sering meluangkan waktu untuk jalan-jalan berbelanja atau hanya sekedar melihat-lihat di Mall dan mereka senang membeli barang yang sedang *trend* tanpa mempertimbangkan fungsi dari barang tersebut.

4.1.3.3 Variabel Kepribadian

Tabel 4.6
Skor angket untuk variabel kepribadian

N o.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	20,8	62	64,6	10	10,4	3	3,1	1	1	96	100
2	18	18,8	61	63,5	13	13,5	2	2,1	2	2,1	96	100
3	21	21,9	62	64,6	9	9,4	3	3,1	1	1	96	100

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.6 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan ke-1, mahasiswa dominan menjawab setuju selalu yakin bisa mengelola dan mengatur keuangan. Yang berarti mahasiswa bisa percaya diri dalam mengelola dan mengatur keuangannya sendiri dan mereka dapat mengontrol pengeluaran mereka dalam pembelian suatu barang.
2. Pada pernyataan ke-2, mahasiswa dominan menjawab setuju berani mengambil resiko dalam pengambilan keputusan keuangan. Yang berarti

mahasiswa sudah memahami tentang risiko-risiko apa saja yang akan terjadi jika mereka melakukan kesalahan dalam mempergunakan keuangan mereka.

3. Pada pernyataan ke-3, mahasiswa dominan menjawab setuju untuk selalu bertanggung jawab dalam penyelesaian masalah. Yang berarti mahasiswa yang memiliki kepribadian yang baik akan selalu bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan dalam menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi.

Dari hasil angket diatas sebagian besar responden menjawab setuju dapat dilihat bahwa mahasiswa yang memiliki kepribadian yang baik bisa mengelola dan mengatur keuangan mereka, memahami risiko-risiko yang ada serta bertanggung jawab pada setiap masalah yang mereka hadapi. Namun sebaliknya apabila mahasiswa dengan kepribadian yang buruk akan membuat mereka salah dalam menggunakan keuangannya.

4.1.3.4 Variabel literasi Keuangan

Tabel 4.7
Skor angket untuk variabel literasi keuangan

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	15,6	68	70,8	8	8,3	3	3,1	2	2,1	96	100
2	24	25,0	56	58,3	13	13,5	0	0	3	3,1	96	100
3	31	32,3	49	51	11	11,5	4	4,2	1	1	96	100
4	11	11,5	49	51	32	33,4	3	3,1	1	1	96	100

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari tabel 4.7 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan ke-1, mahasiswa dominan menjawab setuju mampu mengetahui cara mengelola keuangan dengan baik dan bijak. Yang berarti mahasiswa paham cara mengelola keuangan mereka dengan baik, namun nyatanya mahasiswa masih banyak menggunakan uang mereka untuk membeli sesuatu yang tidak diperlukan.
2. Pada pernyataan ke-2, mahasiswa dominan menjawab setuju selalu menyisihkan uang yang mereka punya. Yang berarti mahasiswa pandai menyisihkan uang bulanan mereka untuk ditabung. Manfaatnya mahasiswa dapat sewaktu-waktu menggunakan uang tersebut untuk hal yang penting atau keadaan darurat.
3. Pada pernyataan ke-3, mahasiswa dominan menjawab setuju merasa perlu menyisihkan uang untuk investasi dimasa depan. Yang berarti sebagian besar mahasiswa memikirkan jangka panjang untuk masa depannya. Sehingga mereka tidak terlalu mengkhawatirkan keuangan dimasa depan.
4. Pada pernyataan ke-4, mahasiswa dominan menjawab setuju mampu memahami prinsip-prinsip dan fungsi dari asuransi. Hal tersebut akan membuat mahasiswa akan paham fungsi adanya asuransi.

Dari hasil angket diatas sebagian responden menjawab setuju terhadap literasi keuangan, artinya mahasiswa mengetahui literasi keuangan. Akan tetapi mahasiswa juga perlu meningkatkan lagi literasi keuangan mereka untuk menghindari permasalahan keuangannya.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS, maka hasil persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,672	2,127		1,726	0,088
	Gaya Hidup	0,396	0,072	0,524	5,527	0,000
	Kepribadian	0,181	0,148	0,128	1,220	0,225
	literasi Keuangan	0,234	0,117	0,224	2,004	0,048

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,672 + 0,396 + 0,181 + 0,234$$

Persamaan di atas memperlihatkan bahwa semua variabel X (Gaya Hidup, Kepribadian, dan Literasi keuangan) memiliki koefisien yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif).

Model penelitian dalam bentuk persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 3,672, menunjukkan harga konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan sebesar 3,672.

2. Variabel X1 sebesar 0,396 menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dengan kata lain, jika variabel Gaya Hidup ditingkatkan sebesar 100% maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,396 atau 39,6%
3. Variabel X2 sebesar 0,181 menunjukkan bahwa variabel Kepribadian berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dengan kata lain, jika variabel Kepribadian ditingkatkan sebesar 100% maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,181 atau 18,1%
4. Variabel X3 sebesar 0,234 menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dengan kata lain, jika variabel Literasi Keuangan ditingkatkan sebesar 100% maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,234 atau 23,4%

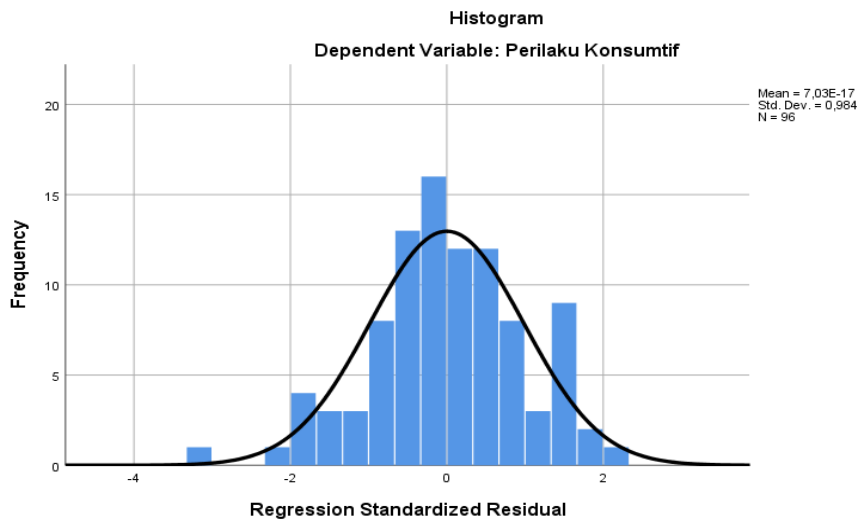
4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas 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 memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pendekatan Histogram

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS versi 26, maka diketahui uji normalitas menggunakan pendekatan histogram adalah sebagai berikut:

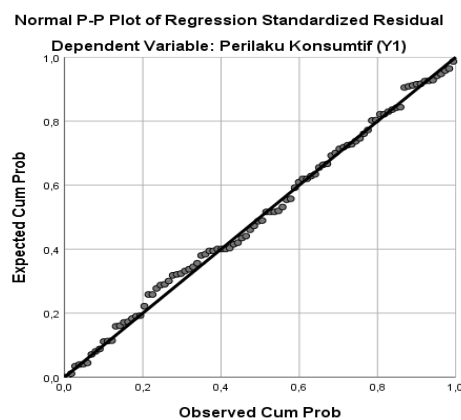


Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas

Pada Gambar 4.1 terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut membentuk lonceng dan tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Maka terbukti bahwa data maupun model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

2. Pendekatan Grafik

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS versi 26, maka diketahui uji normalitas menggunakan pendekatan histogram adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil Plot Uji Normalitas

Gambar 4.2 memperlihatkan grafik normal probability plot, yang menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar mengikuti arah garis diagonal. Hal ini tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat/tinggi antara variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen karena korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya dalam suatu model regresi linier berganda. Jika VIF menunjukkan angka < 10 menandakan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Disamping itu, suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinieritas jika nilai VIF diantara variabel independen > 10 .

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,672	2,127		1,726	0,088		
	Gaya Hidup	0,396	0,072	0,524	5,527	0,000	0,868	1,152
	Kepribadian	0,181	0,148	0,128	1,220	0,225	0,704	1,421
	literasi Keuangan	0,234	0,117	0,224	2,004	0,048	0,626	1,597

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

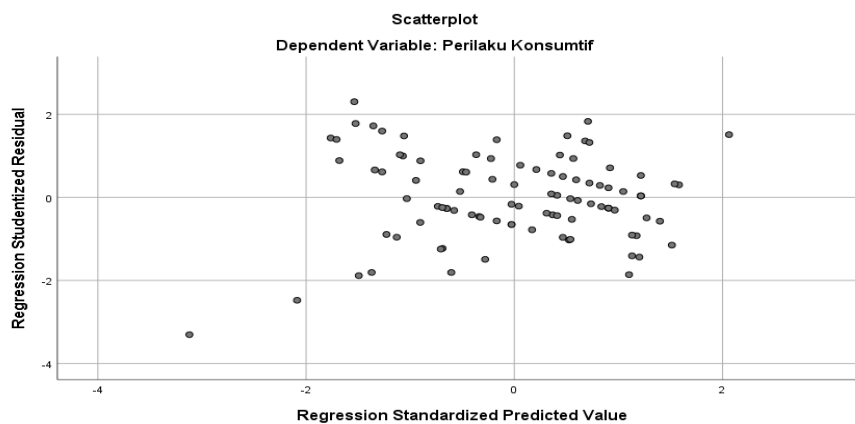
Sumber : Data Penelitian Diolah, 2023

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai Tolerance dari variabel Gaya Hidup, Kepribadian, dan Literasi Keuangan $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedostisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedostisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian heteroskedastisitas adalah:

1. Jika ada pola tertentu, dimana titik-titik atau plot membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah serta disekitar angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.3 Hasil Scatterplot Heteroskedastisitas

Gambar 4.3 menunjukkan bahwa titik – titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas meskipun terlihat berdempet dibagian titi-titik tertentu serta tersebar dibagian atas dan sedikit berkumpul pada sumbu Y dengan demikian “tidak terjadi heteroskedastisitas” pada model regresi ini.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian Durbin-Watson adalah:

1. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi berarti ada autokorelasi positif.
3. Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi positif atau negatif.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,532 ^a	0,283	0,260	2,06352	1,993
a. Predictors: (Constant), literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kepribadian					
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (D-W) sebesar 1,997 diantara -2 sampai +2 ($-2 < 1,993 < + 2$). Maka dapat disimpulkan bahwa dari angka Durbin Watson (D-W) tersebut tidak terjadi autokorelasi.

4.2.3 Uji Hipotesis Penelitian

4.2.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis pada uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh tingkat hubungan dan pengaruh satu variabel bebas

secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significant level* taraf nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Berdasarkan metode dalam penentuan t_{tabel} menggunakan ketentuan tingkat signifikansi 5% dengan : $df = n - k = 96 - 4 = 92$, sehingga diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} = 1,665$.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} :
 - a. Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.
2. Berdasarkan nilai signifikan:
 - a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.11
Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,672	2,127		1,726	0,088
	Gaya Hidup (X1)	0,396	0,072	0,524	5,527	0,000
	Kepribadian (X2)	0,181	0,148	0,128	1,220	0,225
	Literasi Keuangan (X3)	0,234	0,117	0,224	2,004	0,048

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y1)

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji-t pada tabel 4.11 diatas, maka diperoleh hasil:

1. Nilai koefisien dari hasil regresi Gaya Hidup (B_1) = $0,396 < 0$, dengan t_{hitung} ($5,527 > t_{tabel}$ ($1,665$) dan sig ($0,000$) $< \alpha$ ($0,05$). Dengan demikian variabel Gaya Hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa di Kota Medan.
2. Nilai koefisien dari hasil regresi Kepribadian (B_2) = $0,181 < 0$, dengan t_{hitung} ($1,220 < t_{tabel}$ ($1,665$) dan sig ($0,225$) $> \alpha$ ($0,05$). Dengan demikian variabel Kepribadian (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa di Kota Medan.
3. Nilai koefisien dari hasil regresi Literasi Keuangan (B_3) = $0,234 < 0$, dengan t_{hitung} ($2,004 > t_{tabel}$ ($1,665$) dan sig ($0,048$) $< \alpha$ ($0,05$). Dengan demikian variabel Literasi Keuangan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa di Kota Medan.

4.2.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian statistik uji f dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *signifcanti level* taraf nyata $0,05$ ($\alpha = 5\%$).

Berdasarkan metode dalam penentuan f_{tabel} menggunakan ketentuan tingkat signifikansi 5% dengan : $df = n - k - 1 = 96 - 3 - 1 = 92$, sehingga diperoleh nilai $f_{tabel} = 3,94$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel} :

- a. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
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 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.12
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154,753	3	51,584	12,114	0,000 ^b
	Residual	391,747	92	4,258		
	Total	546,500	95			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y1)						
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan (X3), Gaya Hidup (X1), Kepribadian (X2)						

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2023

Tabel 4.12 mengungkapkan nilai F_{hitung} adalah $(12,114) > F_{tabel}$ $(3,94)$ dengan tingkat sig $(0,000) < 0,05$. Maka dapat disimpulkan Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.

4.2.4 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk

mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,532 ^a	0,283	0,260	2,06352	1,993
a. Predictors: (Constant), literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kepribadian					
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2023

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi *R square* yang diperoleh sebesar 0,283 hasil ini memiliki arti bahwa 28,3% variabel yang mempengaruhi Gaya Hidup (X1), Kepribadian (X2), dan Literasi Keuangan (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sedangkan sisanya sebesar 71,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.3 Pembahasan

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

4.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,527 sementara t_{tabel} 1,665 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau $t_{hitung} 5,527 > t_{tabel} 1,665$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Gaya hidup adalah pola atau cara hidup yang ditunjukkan seseorang bagaimana menilai suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Menurut (Gunawan et al., 2020) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja, dimana dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kegiatan, keinginan dan perilaku dalam membeli sesuatu serta bagaimana mendistribusikan keuangannya dengan baik. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah gaya hidup. Semakin tinggi gaya hidup yang dipilih seseorang maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya begitupun sebaliknya hal ini sesuai dengan (Pohan, Jufrizen, et al., 2021). Dengan demikian gaya hidup secara nyata sangat berpengaruh pada perilaku konsumtifnya.

Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh (Pulungan & Febriaty, 2018) menyatakan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, kemudian hasil penelitian oleh (Kanserina, 2015) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif pada perilaku konsumtif, dan hasil penelitian oleh (Windayani & Astiti, 2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun penelitian ini juga bertolak belakang pada penelitian (Risnawati et al., 2018) yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif.

4.3.2 Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa kepribadian terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,220 sementara t_{tabel} 1,665 dan mempunyai nilai signifikan sebesar $0,225 > 0,05$ atau $t_{hitung} 1,220 < t_{tabel} 1,665$.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa kepribadian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kepribadian yang baik akan memperlancar perilaku pengelolaan keuangannya. Artinya, seseorang yang memiliki kepribadian yang baik akan tahu menggunakan keuangannya dengan baik dan tidak akan berperilaku konsumtif (Humaira & Sagoro, 2018). Tidak berpengaruhnya kepribadian terhadap perilaku konsumtif kemungkinan seseorang memiliki tipe kepribadian *introvert* dalam membeli produk akan lebih memperhatikan kegunaan produk, daripada terpengaruh terhadap tren atau pola konsumsi golongan sosial ekonomi atas karena mereka berusaha membeli barang untuk tidak menjaga kedudukan sosial, harga diri dan kebutuhan akan diakui oleh orang lain. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Andira & Asiyah, 2023) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki kepribadian yang tidak baik maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Namun sebaliknya, semakin rendah kepribadian tidak baiknya maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Humaira & Sagoro, 2018) yang menyatakan bahwa variabel kepribadian berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Ripki, 2017) dan (Lesmana & Rarung, 2020) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,004 sementara t_{tabel}

1,665 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,048 < 0,05$ atau $t_{hitung} 2,004 > t_{tabel} 1,665$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Menurut (Putri et al., 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik akan memberikan pengaruh positif pada sikap keuangan seseorang, seperti mengatur dan melaksanakan perencanaan pada keuangan dengan tepat.

Literasi keuangan adalah sebagai suatu kemampuan seseorang dalam memahami situasi keuangan serta konsep-konsep keuangan untuk mencapai perubahan yang baik pada diri pelaku. Semakin tinggi tingkat literasi keuangannya maka semakin bagus pula tingkat kemampuan dalam pengelolaan keuangan. Namun, sebaliknya apabila seseorang yang memiliki tingkat literasi yang rendah dalam pengelolaan keuangannya tidak akan baik dan akan berperilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Putri, 2021) dimana dikatakan bahwa literasi keuangan sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang.

Hasil penelitian (Yudasella & Krisnawati, 2019) dan (Putri et al., 2021) menyatakan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian hasil penelitian oleh (Yudasella & Krisnawati, 2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Romadloniyah & Setiaji, 2020) dan Dewi dkk (2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.3.4 Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil temuan penelitian bahwa terdapat pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan ini nilai $F_{hitung} 12,114 > F_{tabel} 3,94$ dengan tingkat sig $(0,000) < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.

Menurut (Mustomi & Puspasari, 2020) Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang rentan mengalami perilaku konsumtif. Banyak mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang mengarah pada perilaku konsumen. Dengan gaya hidup yang tinggi membuat mereka tidak dapat mengendalikan diri mereka untuk tidak melakukan perilaku konsumtif (Anggraini & Santhoso, 2017).

Menurut (Andira & Asiyah, 2023) gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif. Karena apabila mahasiswa memiliki literasi dan kepribadian baik maka mahasiswa tersebut akan berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga mahasiswa tersebut dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak berperilaku konsumtif. Namun sebaliknya, apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan dan

kepribadian yang kurang, maka mahasiswa tersebut cenderung tidak berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga akan berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Yudasella & Krisnawati, 2019) yang menyatakan bahwa gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, kemudian hasil penelitian oleh (Tenriawaru et al., 2019) menyatakan bahwa gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan hasil penelitian oleh (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) menyatakan secara simultan gaya hidup, kepribadian dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Secara parsial Gaya hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.
2. Secara parsial Kepribadian berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.
3. Secara parsial Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.
4. Secara simultan Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Medan.

5.2 Saran

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

1. Bagi mahasiswa, dapat mengurangi perilaku konsumtifnya dengan menyaring gaya hidup yang memang sesuai dengan selayaknya mahasiswa. Misalnya mengurangi membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan dan menggunakan uang sakunya untuk membeli keperluan kuliah ataupun digunakan untuk menabung.
2. Bagi mahasiswa, meningkat kepribadian yang baik seperti bergaul dengan teman-teman yang memiliki kepribadian baik juga agar selalu dapat mempergunakan uang dengan sebaik-baiknya.

3. Bagi mahasiswa, disarankan selalu belajar dan meningkatkan literasi keuangan serta dapat mengontrol diri dalam penggunaan uang untuk mencapai pengelolaan keuangan yang lebih bijak.
4. Bagi mahasiswa, pentingnya edukasi dalam membentuk seseorang yang mana akan memberikan pengetahuan mengenai gaya hidup, kepribadian, dan literasi keuangan agar mampu mengurangi sikap konsumtifnya.
5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan sampel dan berbagai variabel lain seperti pengalaman keuangan, teman sebaya, uang saku, pendapatan ataupun pendidikan keuangan keluarga yang kemungkinan berpengaruh juga terhadap perilaku konsumtif .

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis telah melaksanakan penelitian semaksimal mungkin sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki beberapa keterbatasan pada penelitian. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa UMSU, UINSU, UNIMED dan ITSU sehingga dimungkinkan adanya perbedaan hasil, pembahasan ataupun kesimpulan untuk objek penelitian yang berbeda hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk mahasiswa secara keseluruhan.
2. Adanya keterbatasan penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel yaitu Gaya Hidup, Kepribadian dan Literasi Keuangan. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif seperti teman sebaya, konformitas, kontrol diri dan pengelolaan keuangan.

3. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya dan bahkan ada beberapa yang tidak mengembalikan hasil kuesioner yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123–130. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Andira, A. M. W., & Asiyah, B. N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Group Order by Oohstuf. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 465–478.
- Andriyanty, R., & Yunaz, H. (2020). Model Gaya Hidup Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Dalam Negeri. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 82–95.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Ansori, A. (2020). Kepribadian dan Emosi. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(1), 41–54. <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn/article/view/4825>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Chairiah, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Padamahasiswa Universitas *SOSEK: Jurnal Sosial Dan ...*, 3(2), 84–98.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2020). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 50–65.
- Gunawan, A., Fradya, W., & Fauziah, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(2), 1–13.

- 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.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 96–109. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Irman, M., & Fadrul, F. (2018). Analisis Pengaruh Jenis Kelamin, IPK, dan Pengalaman Kerja terhadap Tingkat Financial Literacy. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i1.345>
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2018). *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Kanserina, D. (2015). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1), 1–9.
- Keuangan, O. J. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- Kusnandar, D. Iestary, & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA) 8 Purwokerto*, 1(8), 1–12.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (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), 1–8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/34/article/view/20432/18725>
- Lesmana, T., & Rarung, chyntia M. (2020a). Peran Kecerdasan Budaya dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Online Generasi Milenial yang Merantau di Jakarta. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 2(2), 57–71.

- Lesmana, T., & Rarung, C. M. (2020b). Peran Kecerdasan Budaya Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Online Generasi Milenial Yang Merantau Di Jakarta. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 2(2), 57–71. <https://doi.org/10.33024/jpm.v2i2.3001>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–14. <https://beritagar.id/artikel/sains->
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133–147. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Nurhab, M. I. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 255–274.
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Owner*, 6(2), 1498–1508. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.777>
- Pohan, M., Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen, J. (2021). Pengujian Konstruksi Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419.
- 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>
- 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.
- Putri, L. P., Christiana, I., Kalsum, U., Widya, & Justianti, M. (2021). The Influence of Financial Literacy on Investment Decisions During the Pandemic. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 04(02), 301–308. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v4-i2-06>
- Riadi, M. (2018). Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup. In *Kajian Pustaka.Com* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699).

- Ripki, A. J. H. (2017). Pengaruh Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi Kelas XI SMK Budhi Warman 1 Jakarta. *STKIP*, 9(1), 81–90.
- Risa, A. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pjkr Upgris. *Pjkr Upgris*, 1985, 352–359.
- Risnawati, R., W, S. U. M., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup, modernitas individu, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif siswa. *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>
- Sari, M., Lubis, N. A. bahri, & Jufrizen, J. (2021). the Effect of Financial Literature and Self Control on Consumption Behavior (Study on Students of the Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 1(2), 135–144. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v1i2.40>
- Setianingsih, E. S. (2018). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 139–150. <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v8i2.2844>
- Setyawati & Suroso. (2016). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan*. Pintu.Co.Id. <https://pintu.co.id/blog/pengertian-literasi-keuangan-adalah-literasi-finansial-adalah>
- Soraya, E., & Lutfiati, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan. *Kinerja*, 2(02), 111–134. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i01.966>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sugiyono, S. (2018). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Alfabet.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Sya'baniah, S. I., Saryono, O., & Herlina, E. (2019). Pengaruh Sikap dan Kepribadian Terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Dinas Sosial Kabupaten Ciamis). *Business Manajement and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 162–

177. <https://jurnal.unigal.ac.id>

- Syaifudin, A. (2017). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Berwirausaha Mahasiswa Akutansi. *Jurnal Profita Edisi 8, 3*, 1–18. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/9958/9559>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 11(07)*, 831–840. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>
- Tenriawaru, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2019). *Hubungan antara Kecenderungan Kepribadian Narsistik dan Financial Literacy dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 1(3)*, 1–13.
- Ulya, N. M. (2017). Pengaruh Metode Pembeajaran dan Tipe Kepribadian Terhadap Hasil Belajar Bahasa Arab (Studi Eksperimen Pada MAN 1 Semarang). *Jurnal Pendidikan Islam, 10(1)*, 1–25. <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/Nadwa/article/view/867/769>
- Utami, P. D., & Aviani, Y. I. (2021). Hubungan Antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (Fomo) pada Remaja Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai Universitas Negeri Padang, 5(1)*, 177–185.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Pakam Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita, 4(3)*, 548–559.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., Jufrizen, J., Hafiz, M. S., & Gunawan, A. (2022). Model Praktik Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Literasi Keuangan, Orientasi Masa Depan dan Kecerdasan Spiritual pada Generasi “Y” Di Kota Medan. *Owner, 6(2)*, 1529–1539. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.780>
- Windayani, S., & Astiti, D. P. (2020). Peran Konformitas dan Gaya Hidup Brand Minded terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana, 2(2)*, 96–108.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen, 3(6)*, 674–687. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, VI(1)*, 11–26.
- Yusuf, A., & Sriwahyuni, E. (2022). Analisis Kepribadian Mahasiswa Sebagai Calon Guru pada Program Studi Tadris Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare. *Jurnal Pendidikan IPA, 27(2)*, 1–9.

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama : Hasnil Fadillah Hidaya
NPM : 1905160149
Tempat dan Tanggal Lahir : Serapuh, 27 September 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : Tiga (3) dari 3 bersaudara
Alamat : AFD III AEK TOROP, Cikampak
No. Telepon : 0822-6704-6508
E-mail : hasnilfadillah6@gmail.com

2. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Wagino
Nama Ibu : Suyatna
Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta
Alamat : AFD III AEK TOROP, Cikampak
No. Telepon : 0812-7046-6217/ 0853-5896-5866
E-mail : -

3. DATA PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : SD Negeri 118265
Sekolah Menengah Pertama : SMP Swasta Budaya Cikampak
Sekolah Menengah Atas : SMK Swasta Budi Utomo Cikampak
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, Agustus 2023

HASNIL FADILLAH HIDAYA

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA DI KOTA MEDAN

Assalamualaiku Wr.Wb

Kepada Yth. Saudara/Saudari

Mahasiswa di Kota Medan

Di Tempat

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Hasnil Fadillah Hidayah (1905160149) mahasiswa Program Studi manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Bersama ini saya memohon kesediannya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada Program Studi sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

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

Hormat saya

Hasnil Fadillah Hidayah

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Saudara/i
2. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pernyataan dengan memberi **tanda centang** (\surd) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i.

Adapun makna tanda jawaban tersebut sebagai berikut:

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

B. Identitas Responden

Nama :

Umur :(Tahun)

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Asal Universitas : UMSU UINSU UNIMED ITS

Sumber Pendapatan : Orang Tua Bekerja

1. PERILAKU KONSUMTIF (Y)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Harga Diskon						
1	Saya membeli barang karena ada promo atau diskon					
Kemasan Menarik						
2	Saya langsung membeli barang yang kemasannya menarik					
Pembelian Karena Menjaga Penampilan Diri/Gengsi						
3	Saya menggunakan produk mahal untuk menjaga penampilan dan menarik perhatian					
Pertimbangan Harga						
4	Saya selalu melihat harga untuk membandingkannya dari satu toko ketoko lain					

2. GAYA HIDUP (X1)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kegiatan						
1	Saya sering menghabiskan waktu untuk jalan-jalan, berbelanja atau sekedar melihat-lihat di mall bersama teman-teman					
Minat						
2	Saya senang membeli barang yang sedang tren hanya untuk					

	menarik perhatian orang lain					
3	Saya sering melakukan pembelian barang tanpa mempertimbangkan fungsinya					
Pendapat/Opini						
4	Saya selalu mengikuti gaya hidup modern					

3. KEPRIBADIAN (X2)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Percaya Diri						
1	Saya yakin bisa mengelola dan mengatur keuangan saya sendiri					
Berani Mengambil Resiko						
2	Saya berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan keuangan					
Kepemimpinan						
3	Saya selalu bertanggung jawab dalam menyelesaikan masalah					

4. LITERASI KEUANGAN (X3)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Pengetahuan Tentang Keuangan						
1	Saya mengetahui cara mengelola keuangan dengan baik dan bijak					

Tabungan						
2	Saya selalu menyisihkan uang yang saya punya					
Investasi						
3	Saya rasa perlu menyimpan uang untuk investasi dimasa depan					
Asuransi						
4	Saya mengetahui prinsip-prinsip dan fungsi dari asuransi					

Tabulasi Data

No.	PERILAKU KONSUMTIF (Y)				TOTAL
1	5	5	4	3	17
2	4	5	4	3	16
3	4	3	2	4	13
4	1	1	1	1	4
5	3	2	3	3	11
6	5	2	3	3	13
7	4	4	4	4	16
8	3	1	2	4	10
9	4	3	2	4	13
10	4	3	3	4	14
11	4	3	2	4	13
12	3	2	3	4	12
13	5	4	4	4	17
14	4	3	3	4	14
15	5	4	3	5	17
16	4	3	2	4	13
17	5	4	4	5	18
18	5	4	5	4	18
19	4	3	2	5	14
20	4	3	3	5	15
21	4	4	3	4	15
22	3	3	2	5	13
23	3	2	3	3	11
24	5	5	2	4	16
25	5	4	1	5	15
26	3	2	1	3	9
27	5	3	2	4	14
28	4	3	2	5	14
29	5	4	1	4	14
30	5	3	2	4	14
31	4	5	3	4	16
32	5	4	3	4	16
33	4	4	2	4	14
34	4	4	3	4	15
35	4	3	3	3	13
36	1	1	1	4	7
37	4	3	3	5	15
38	5	3	5	5	18

39	4	3	2	4	13
40	3	3	1	4	11
41	5	3	1	5	14
42	4	3	3	4	14
43	4	4	2	3	13
44	5	4	2	4	15
45	5	4	1	4	14
46	5	5	1	5	16
47	5	5	4	5	19
48	4	3	1	4	12
49	5	4	2	5	16
50	4	4	3	4	15
51	5	4	4	4	17
52	4	4	2	5	15
53	4	4	4	5	17
54	3	3	2	5	13
55	5	5	5	5	20
56	3	4	3	5	15
57	4	4	3	5	16
58	5	4	3	5	17
59	4	3	3	5	15
60	4	3	3	5	15
61	5	4	3	5	17
62	4	4	4	4	16
63	4	3	3	5	15
64	4	3	3	5	15
65	4	4	3	5	16
66	4	4	4	5	17
67	3	3	3	5	14
68	4	4	3	4	15
69	4	4	4	4	16
70	4	3	3	4	14
71	3	3	3	4	13
72	4	4	4	4	16
73	3	3	3	4	13
74	4	3	3	5	15
75	4	4	4	4	16
76	3	3	3	4	13
77	4	3	4	5	16
78	3	3	3	5	14
79	4	4	4	4	16

80	5	3	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	4	1	2	4	11
83	4	4	3	4	15
84	3	4	1	5	13
85	4	3	3	5	15
86	3	3	3	4	13
87	4	4	3	4	15
88	3	3	1	4	11
89	3	3	3	4	13
90	5	4	2	4	15
91	4	4	4	4	16
92	4	4	1	4	13
93	4	4	4	3	15
94	3	4	2	4	13
95	2	3	3	1	9
96	4	5	2	4	15

Tabulasi data

No.	GAYA HIDUP (X1)				TOTAL
1	2	4	2	3	11
2	3	4	4	4	15
3	3	3	1	4	11
4	1	1	1	1	4
5	3	1	4	3	11
6	3	3	3	4	13
7	1	3	1	3	8
8	2	2	1	2	7
9	3	2	2	3	10
10	5	4	4	3	16
11	3	3	3	3	12
12	2	2	2	2	8
13	4	3	2	3	12
14	4	4	4	3	15
15	5	2	3	4	14
16	3	3	2	4	12
17	4	4	4	3	15
18	4	4	3	4	15
19	4	3	4	3	14
20	3	3	3	3	12

21	4	2	2	3	11
22	2	2	2	3	9
23	2	1	1	4	8
24	3	2	2	2	9
25	1	1	1	3	6
26	2	1	2	3	8
27	5	2	1	4	12
28	2	2	2	4	10
29	2	2	2	1	7
30	4	2	2	3	11
31	3	3	3	4	13
32	3	1	1	1	6
33	3	3	1	3	10
34	4	4	4	4	16
35	4	2	3	4	13
36	1	1	1	1	4
37	2	1	2	2	7
38	3	3	1	3	10
39	3	3	2	3	11
40	4	2	2	2	10
41	5	1	1	1	8
42	4	3	1	2	10
43	3	3	2	2	10
44	2	1	1	2	6
45	1	3	2	2	8
46	1	1	1	1	4
47	4	4	4	4	16
48	4	3	4	3	14
49	4	3	2	2	11
50	4	3	4	3	14
51	4	4	4	4	16
52	4	3	4	4	15
53	3	3	3	4	13
54	3	1	1	3	8
55	3	5	2	5	15
56	4	3	3	4	14
57	4	3	4	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	3	3	3	13
60	4	3	3	4	14
61	4	4	4	4	16

62	4	4	4	4	16
63	4	4	3	4	15
64	4	3	3	3	13
65	4	3	4	3	14
66	4	3	4	4	15
67	3	3	3	3	12
68	4	3	4	4	15
69	4	3	4	4	15
70	4	3	4	3	14
71	3	3	3	3	12
72	4	3	4	4	15
73	4	3	3	3	13
74	4	3	4	4	15
75	4	4	4	4	16
76	3	3	3	3	12
77	4	3	4	4	15
78	4	3	4	3	14
79	4	4	4	4	16
80	2	5	3	3	13
81	4	3	3	3	13
82	4	5	2	3	14
83	3	3	3	3	12
84	3	4	2	4	13
85	4	3	4	4	15
86	4	4	4	3	15
87	4	3	4	4	15
88	4	3	2	5	14
89	4	5	4	4	17
90	1	4	5	2	12
91	4	4	4	4	16
92	5	2	4	2	13
93	3	3	4	5	15
94	1	3	4	2	10
95	2	3	5	5	15
96	5	3	4	2	14

Tabulasi Data

No.	KEPRIBADIAN (X2)			TOTAL
1	2	4	4	10
2	4	4	4	12
3	5	4	4	13
4	4	1	4	9
5	3	4	2	9
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	5	5	5	15
9	4	4	4	12
10	4	4	5	13
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	3	4	4	11
14	5	5	5	15
15	4	5	4	13
16	5	5	5	15
17	4	5	4	13
18	4	4	4	12
19	4	4	5	13
20	4	3	3	10
21	4	4	4	12
22	4	4	3	11
23	3	4	4	11
24	3	3	4	10
25	5	5	5	15
26	3	3	4	10
27	5	5	5	15
28	4	3	4	11
29	2	4	4	10
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	5	4	4	13
34	4	4	4	12
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15

39	4	4	4	12
40	4	4	5	13
41	4	4	5	13
42	4	5	5	14
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	3	4	4	11
48	5	4	4	13
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	5	5	4	14
54	4	4	5	13
55	5	5	5	15
56	4	5	4	13
57	4	4	5	13
58	4	4	4	12
59	5	4	4	13
60	5	5	5	15
61	5	4	4	13
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	4	2	4	10
65	4	4	4	12
66	4	3	3	10
67	4	4	4	12
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	4	3	3	10
71	4	4	3	11
72	4	4	4	12
73	4	3	4	11
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	4	4	4	12
77	4	5	5	14
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12

80	4	3	4	11
81	3	4	3	10
82	4	4	3	11
83	3	4	4	11
84	2	4	3	9
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	1	3	4	8
89	4	3	4	11
90	4	3	5	12
91	3	3	3	9
92	4	1	4	9
93	5	5	5	15
94	5	2	1	8
95	3	3	2	8
96	5	4	2	11

Tabulasi Data

No.	LITERASI KEUANGAN (X3)				TOTAL
1	3	1	4	3	11
2	4	4	4	4	16
3	4	5	5	4	18
4	4	4	4	3	15
5	4	3	2	5	14
6	4	4	5	4	17
7	4	4	4	4	16
8	5	4	5	5	19
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	3	15
11	4	4	4	4	16
12	4	5	5	4	18
13	4	4	4	4	16
14	5	5	4	3	17
15	4	5	4	4	17
16	5	5	5	5	20
17	4	4	3	3	14
18	4	4	4	3	15
19	4	4	4	3	15
20	4	4	4	3	15

21	2	4	2	4	12
22	4	5	5	4	18
23	4	4	5	4	17
24	4	4	5	4	17
25	4	5	5	4	18
26	3	5	5	4	17
27	5	5	5	5	20
28	3	3	4	3	13
29	4	4	5	4	17
30	4	4	4	3	15
31	4	5	5	3	17
32	4	5	5	4	18
33	5	5	5	4	19
34	4	5	4	4	17
35	4	4	5	2	15
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	3	15
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	3	15
41	4	4	5	4	17
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	4	4	5	4	17
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	3	3	4	14
48	4	5	5	4	18
49	5	4	5	5	19
50	4	4	4	3	15
51	4	4	4	4	16
52	4	5	5	4	18
53	4	4	4	4	16
54	4	5	5	5	19
55	5	5	5	5	20
56	4	4	5	3	16
57	4	5	4	3	16
58	5	4	5	4	18
59	5	4	4	4	17
60	4	4	4	3	15
61	4	5	4	4	17

62	4	4	4	4	16
63	4	4	5	3	16
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	3	15
67	4	4	4	4	16
68	3	4	4	3	14
69	4	3	3	3	13
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	3	15
73	4	3	3	3	13
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16
77	3	4	4	3	14
78	4	4	4	3	15
79	4	4	4	4	16
80	4	5	2	3	14
81	4	3	4	3	14
82	2	4	2	4	12
83	3	3	3	3	12
84	4	4	5	2	15
85	4	3	3	3	13
86	4	3	4	3	14
87	4	4	4	4	16
88	5	3	1	3	12
89	4	3	4	4	15
90	2	4	5	4	15
91	3	3	3	3	12
92	3	5	3	2	13
93	5	1	4	4	14
94	5	4	3	5	17
95	1	1	3	1	6
96	1	3	3	4	11

Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	TS	1	1,0	1,0	3,1
	KS	19	19,8	19,8	22,9
	S	49	51,0	51,0	74,0
	SS	25	26,0	26,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,2	4,2	4,2
	TS	5	5,2	5,2	9,4
	KS	39	40,6	40,6	50,0
	S	40	41,7	41,7	91,7
	SS	8	8,3	8,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	13	13,5	13,5	13,5
	TS	22	22,9	22,9	36,5
	KS	39	40,6	40,6	77,1
	S	19	19,8	19,8	96,9
	SS	3	3,1	3,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	KS	9	9,4	9,4	11,5
	S	52	54,2	54,2	65,6
	SS	33	34,4	34,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Uji Validasi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	0,558**	0,241*	0,350**	0,768**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,018	0,000	0,000
	N	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	0,558**	1	0,295**	0,231*	0,762**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,003	0,023	0,000
	N	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	0,241*	0,295**	1	0,071	0,642**
	Sig. (2-tailed)	0,018	0,003		0,493	0,000
	N	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	0,350**	0,231*	0,071	1	0,559**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,023	0,493		0,000
	N	96	96	96	96	96
Total_Y	Pearson Correlation	0,768**	0,762**	0,642**	0,559**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	96	96	96	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Reliability Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,612	4

Distribusi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8,3	8,3	8,3
	TS	12	12,5	12,5	20,8
	KS	24	25,0	25,0	45,8
	S	46	47,9	47,9	93,8
	SS	6	6,3	6,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12,5	12,5	12,5
	TS	14	14,6	14,6	27,1
	KS	47	49,0	49,0	76,0
	S	19	19,8	19,8	95,8
	SS	4	4,2	4,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	16	16,7	16,7	16,7
	TS	22	22,9	22,9	39,6
	KS	20	20,8	20,8	60,4
	S	36	37,5	37,5	97,9
	SS	2	2,1	2,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6,3	6,3	6,3
	TS	14	14,6	14,6	20,8
	KS	36	37,5	37,5	58,3
	S	36	37,5	37,5	95,8
	SS	4	4,2	4,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Uji Validasi Variabel Gaya Hidup (X1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	0,334**	0,427**	0,361**	0,702**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000	0,000	0,000
	N	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	0,334**	1	0,546**	0,495**	0,777**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,000	0,000	0,000
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	0,427**	0,546**	1	0,443**	0,814**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	0,361**	0,495**	0,443**	1	0,740**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	96	96	96	96	96
Total_X 1	Pearson Correlation	0,702**	0,777**	0,814**	0,740**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Variabel Gaya Hidup (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,753	4

Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepribadian (X2)

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,1	3,1	4,2
	KS	10	10,4	10,4	14,6
	S	62	64,6	64,6	79,2
	SS	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	TS	2	2,1	2,1	4,2
	KS	13	13,5	13,5	17,7
	S	61	63,5	63,5	81,3
	SS	18	18,8	18,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,1	3,1	4,2
	KS	9	9,4	9,4	13,5
	S	62	64,6	64,6	78,1
	SS	21	21,9	21,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Uji Validasi Variabel Kepribadian (X2)

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X 2
X2.1	Pearson Correlation	1	0,336**	0,294**	0,709**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,004	0,000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	0,336**	1	0,468**	0,800**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,000	0,000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	0,294**	0,468**	1	0,769**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000		0,000
	N	96	96	96	96
Total_X 2	Pearson Correlation	0,709**	0,800**	0,769**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	96	96	96	96

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

Reliability Variabel Kepribadian (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,635	3

Distribusi Jawaban Responden Variabel Literasi keuangan (X3)

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	TS	3	3,1	3,1	5,2
	KS	8	8,3	8,3	13,5
	S	68	70,8	70,8	84,4
	SS	15	15,6	15,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,1	3,1	3,1
	KS	13	13,5	13,5	16,7
	S	56	58,3	58,3	75,0
	SS	24	25,0	25,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	4	4,2	4,2	5,2
	KS	11	11,5	11,5	16,7
	S	49	51,0	51,0	67,7
	SS	31	32,3	32,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,1	3,1	4,2
	KS	32	33,3	33,3	37,5
	S	49	51,0	51,0	88,5
	SS	11	11,5	11,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Uji Validasi Variabel Literasi Keuangan (X3)

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total_X 3
X3.1	Pearson Correlation	1	0,346**	0,362**	0,416**	0,719**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000	0,000	0,000
	N	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	0,346**	1	0,455**	0,348**	0,752**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,000	0,001	0,000
	N	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	0,362**	0,455**	1	0,267**	0,735**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,008	0,000
	N	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	0,416**	0,348**	0,267**	1	0,689**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,008		0,000
	N	96	96	96	96	96
Total_X 3	Pearson Correlation	0,719**	0,752**	0,735**	0,689**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability Variabel Literasi Keuangan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,697	4

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	96	4	20	14,38	2,398
Gaya Hidup	96	4	17	12,24	3,168
Kepribadian	96	8	15	11,99	1,701
Literasi Keuangan	96	6	20	15,75	2,294
Valid N (listwise)	96				

Correlations					
		Perilaku Konsumtif	Gaya Hidup	Kepribadian	Literasi Keuangan
Pearson Correlation	Perilaku Konsumtif	1,000	0,440	0,212	0,115
	Gaya Hidup	0,440	1,000	-0,066	-0,338
	Kepribadian	0,212	-0,066	1,000	0,531
	Literasi Keuangan	0,115	-0,338	0,531	1,000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumtif	.	0,000	0,019	0,133
	Gaya Hidup	0,000	.	0,262	0,000
	Kepribadian	0,019	0,262	.	0,000
	Literasi Keuangan	0,133	0,000	0,000	.
N	Perilaku Konsumtif	96	96	96	96
	Gaya Hidup	96	96	96	96
	Kepribadian	96	96	96	96
	Literasi Keuangan	96	96	96	96

Model Summary ^b											
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change		
1	0,532 ^a	0,283	0,260	2,064	0,283	12,114	3	92	0,000	1,993	

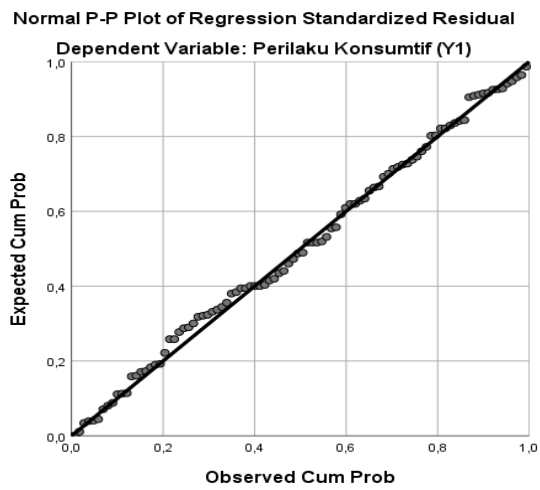
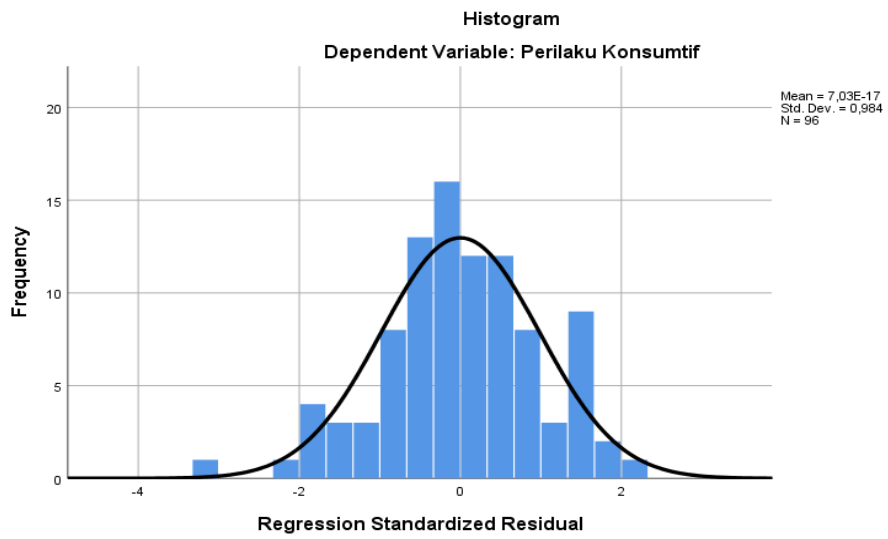
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kepribadian

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154,753	3	51,584	12,114	0,000 ^b
	Residual	391,747	92	4,258		
	Total	546,500	95			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kepribadian						

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,672	2,127		1,726	0,088					
	Gaya Hidup	0,396	0,072	0,524	5,527	0,000	0,440	0,499	0,488	0,868	1,152
	Kepribadian	0,181	0,148	0,128	1,220	0,225	0,212	0,126	0,108	0,704	1,421
	Literasi Keuangan	0,234	0,117	0,224	2,004	0,048	0,115	0,205	0,177	0,626	1,597
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif											

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Gaya Hidup	Kepribadian	Literasi Keuangan
1	1	3,921	1,000	0,00	0,00	0,00	0,00
	2	0,063	7,904	0,00	0,61	0,02	0,04
	3	0,009	20,460	0,19	0,00	0,97	0,22
	4	0,007	24,087	0,81	0,39	0,01	0,73
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif							



Scatterplot
Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

