

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)

Ade Gunawan^{1*}, Wicha Fradya², Fenty Fauziah³

Universitas Muhammadiyah Sumater Utara^{1,2}, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur³

Email : adegunawan@umsu.ac.id, ff230@umkt.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan dan signifikan terdapat pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,405, hasil ini memiliki arti bahwa 40,5% variabel Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan dan Gaya Hidup, sedangkan sisanya sebesar 59,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

1. PENDAHULUAN

Majunya Pembangunan Nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi. Adanya kemajuan ini secara nyata menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut. Kondisi ini dapat dicermati dengan semakin banyaknya tempat-tempat perbelanjaan yang disebut dengan supermarket atau mall (Fitriyani et al., 2013).

Menurut (Astuti, 2013) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya sesuatu yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Sedangkan menurut (Kanserina et al., 2015) Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dalam penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan di dorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Selanjutnya (Fitriyani et al., 2013) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (need) tetapi sudah ada faktor keinginan (want).

Fenomena ini akan menjadi ancaman yang serius ketika tidak hanya terjadi pada orang dewasa melainkan juga pada remaja. Karena pola konsumsi setiap individu terbentuk ketika usia remaja. Menurut (Dikria & Mintarti, 2016) masa remaja berada pada usia 13-21 tahun, pada usia ini merupakan masa peralihan dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana para remaja mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal. Hal tersebut menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal disekililingnya, baik itu positif maupun negatif.

Kenyataan yang banyak dijumpai saat ini adalah kecenderungan mahasiswa yang merupakan remaja tingkat akhir meniru gaya hidup konsumtif yang serba *up to date*. Mahasiswa sebagai remaja lebih senang untuk berbelanja, membeli barang untuk memenuhi kebutuhan sosial atau pergaulan dan untuk tampil *fashionable* serta mengikuti *trend* zaman sekarang. Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan melainkan keinginan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang usianya sama yang menjadi model utama (Kanserina et al., 2015).

Menurut (Dikria & Mintarti, 2016) mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerek untuk mengikuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Kegiatan mengikuti *trend* ini mendorong mahasiswa untuk membeli barang-barang yang digunakan untuk menampilkan *trend* tersebut tanpa pikir panjang dan membuat mahasiswa terjebak ke dalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut dapat dilihat oleh mahasiswa yang dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan. Menurut (Fattah et al., 2018) pengambilan keputusan yang irasional mendasari perilaku ikut-ikutan atau *trend*. Sedangkan Menurut beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Dikria & Mintarti, 2016) dan (Fattah et al., 2018), faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah literasi keuangan dan gaya hidup.

Faktor yang menjadi penyebab adanya perilaku konsumtif terdapat dari salah satu variabel yang diduga memainkan peran dalam mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pengetahuan di mana pengetahuan yang dimaksud adalah literasi keuangan.

Literasi Keuangan sangatlah dibutuhkan bagi mahasiswa agar dapat terbebas dari masalah kesulitan dalam keuangan.

Menurut penelitian (Dikria & Mintarti, 2016) literasi keuangan merupakan hal penting yang tidak bisa dipisahkan dalam proses mengelola keuangan. Secara keseluruhan, literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence) agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya. Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku.

Kemudian (Widyawati, 2012) mengembangkan 15 indikator literasi keuangan yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia yaitu: (1) Mencari pilihan-pilihan dalam berkarir; (2) Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi gaji bersih; (3) Mengenal sumber-sumber pendapatan; (4) Menjelaskan bagaimana mencapai kesejahteraan dan memenuhi tujuan keuangan; (5) Memahami anggaran menabung; (6) Memahami asuransi; (7) Menganalisis risiko, pengembalian dan likuiditas; (8) Mengevaluasi alternatif-alternatif investasi; (9) Menganalisis pengaruh pajak dan inflasi terhadap hasil investasi; (10) Menganalisis keuntungan dan kerugian berhutang; (11) Menjelaskan tujuan dari rekam jejak kredit dan mengenal hak-hak debitur; (12) Mendeskripsikan cara-cara untuk menghindari atau memperbaiki masalah hutang; (13) Mengetahui hukum dasar perlindungan konsumen dalam kredit dan hutang; (14) Mampu membuat pencatatan keuangan; (15) Memahami laporan neraca, laba rugi dan arus kas.

Menurut (Yushita, 2017) Perlunya pemahaman masyarakat tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan, maka program strategi nasional literasi keuangan mencanangkan tiga pilar utama. Pertama, mengedepankan program edukasi dan kampanye nasional literasi keuangan. Kedua, berbentuk penguatan infrastruktur literasi keuangan. Ketiga, berbicara tentang pengembangan produk dan layanan jasa keuangan yang terjangkau. Penerapan ketiga pilar tersebut diharapkan dapat mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi sehingga masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk jasa keuangan guna meningkatkan kesejahteraan (Hidayat, 2017).

Melalui inisiatif program peningkatan tingkat literasi keuangan yang dimulai sejak tahun 2013 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menunjukkan rendahnya tingkat keuangan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2013, bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yaitu: 1) Well literate (21,84%), 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 (75,69 %), 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 (2,06 %), hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan, dan 4) Not literate (0,41%), tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa

keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Banyaknya masyarakat yang tidak mengerti tentang literasi keuangan seperti pengetahuan finansial, sehingga menyebabkan banyak masyarakat yang mengalami kerugian, baik akibat penurunan kondisi perekonomian dan inflasi atau karena berkembangnya sistem ekonomi yang cenderung boros dikarenakan masyarakat semakin konsumtif. Sedangkan menurut (Krishna et al., 2010) literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada trade off yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya, sering terjadi saat seseorang hendak membelanjakan uangnya.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Kebiasaan gaya hidup telah mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju ke arah berlebihan semenjak berkembangnya teknologi *smartphone*, *social media*, dan *electronic commerce*. Tindakan berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau layanan jasa demi memenuhi gaya hidup mengakibatkan pemborosan. Gaya hidup dapat didefinisikan bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya. Seperti yang dijelaskan oleh Hawkins dalam (Setiadi, 2003), gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu yang dilaksanakan oleh seseorang dan berhubungan dengan keputusan.

Gaya hidup meliputi seluruh kelompok remaja termasuk mahasiswa. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif. Mahasiswa yang merupakan bagian dari remaja, akan dianggap mengikuti perkembangan jaman dan mendapatkan “label” yang mengangkat harga dirinya apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merk terkenal (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Kemudian menurut (Fudyartanta, 2012) Bila dilihat dari sisi negatif, maka gaya hidup akan menimbulkan dampak: (1) Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampumereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu; (2) Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung; (3) Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

Menurut penelitian yang telah dilakukan (Pulungan & Febriaty, 2018) 50 mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pernah melakukan perilaku konsumtif. Indikasi yang ditemukan peneliti dari tujuan berperilaku konsumtif mereka adalah menjaga penampilan diri dan gengsi serta membeli produk berdasarkan harga (bukan berdasarkan manfaatnya).

Hasil pengamatan menggunakan mini kuisioner online yang dilakukan kepada 47 Mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, ditemukan permasalahan berupa persentase mahasiswa yang membeli barang berdasarkan keinginan lebih besar dari pada mahasiswa yang membeli barang karena kebutuhan yaitu sebesar 68,30%, mahasiswa yang sering berbelanja online sebesar 95,70%, dan masih sedikit mahasiswa yang masih belum memahami literasi keuangan sehingga mahasiswa tidak membuat catatan keuangan pribadi, dengan presentase 75,60% yang memilih tidak mencatat keuangan pribadinya dengan alasan membeli barang untuk menjaga penampilan dan gengsi.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, karena mengambil sampel dari satu populasi. Dan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut (Juliandi et al., 2014) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang permasalahannya tidak ditentukan di awal, tetapi permasalahan ditemukan setelah peneliti terjun ke lapangan dan apabila peneliti memperoleh permasalahan baru maka permasalahan tersebut diteliti kembali sampai semua permasalahan telah terjawab.

Adapun Tempat penelitian adalah bahagian untuk mengemukakan secara detail, spesifik, lengkap, dimana penelitian dilakukan dan alasan logis mengapa memilih lokasi tersebut (Juliandi & Manurung, 2014) Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang beralamat di Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 Medan 20238. Serta waktu penelitian dimulai dari bulan Maret sampai Juli 2022.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan manajemen stambuk 2018 Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang masih aktif dengan jumlah 519 Mahasiswa. Banyaknya sampel yang di dapat adalah 83 mahasiswa.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner (angket) Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. mempunyai lima opsi. Selanjutnya kuesioner (angket) yang disusun dan diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrument penelitian yang telah dibuat. Valid berarti instrument tersebut dapat dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan data diatas, dapat dilihat item dari setiap variabel yang diajukan terhadap responden $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ maka item yang diajukan terhadap responden dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat menghasilkan data yang terpercaya atau reliable. Teknik yang dipakai untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha.

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti dari masing-masing variabel. Variabel bebas (Literasi Keuangan dan Gaya Hidup) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikatnya Perilaku Konsumtif, baik secara simultan maupun parsial. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini:

3.6.1. regresi linier berganda

Analisis dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresinya. Persamaan regresi dapat digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dan memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan dua variabel bebas (Sugiyono, 2017).

Sebelum melakukan analisis berganda, agar di dapat perkiraan yang efisien dan tidak bisa maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik pada regresi berganda. Ada beberapa kriteria persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi untuk bisa menggunakan regresi berganda, yaitu:

3.6.1.1. Uji Asumsi Klasik

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

1. Uji Normalitas Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

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

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

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

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,01 dan untuk nilai VIF kurang dari 10, (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Selain diukur dengan grafik *Scatterplot*, heteroskedastisitas dapat diukur secara sistematis dengan uji Glejser. Jika variabel bebas signifikan secara statistic mempengaruhi variabel terikat, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikannya diatas 0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3.7. Uji Hipotesis

Menurut (P. D. Sugiyono, 2019) Hipotesis adalah jawab sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis adalah data yang penting karena berperan penting untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan hipotesis penelitian.

3.7.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk menguji signifikan atau tidak antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai probabilitasnya.

3.7.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang positif atau negatif, serta signifikan terhadap variabel terkait (Y). Menurut Silaen (2017, hal. 165) menyatakan bahwa untuk pengujian signifikansi atau uji hipotesis terhadap kolerasi berganda digunakan uji F dengan menggunakan rumus F hitung

3.7.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (Literasi Keuangan dan gaya hidup) dalam menerangkan variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil.

Dan jika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar.

Untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel X1 (Literasi Keuangan) dan X2 (Gaya Hidup) terhadap Y (Perilaku Konsumtif). Untuk memudahkan penulis dalam mengelola dan menganalisis data, penulis dibantu oleh program komputer yaitu *Statistical Program for Sosial Science* (SPSS) versi terbaru.

3. HASIL PENELITIAN

4.2. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi (R^2).

4.2.1. Uji Asumsi Klasik

Pemenuhan asumsi klasik dimaksudkan agar dalam pengerjaan model regresi tidak menemukan masalah-masalah statistic. Selain itu, model regresi yang dihasilkan dapat memenuhi standar statistic sehingga parameter yang diperoleh logis dan masuk akal. Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan langkah kerja yang sama dengan uji regresi. Berdasarkan uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

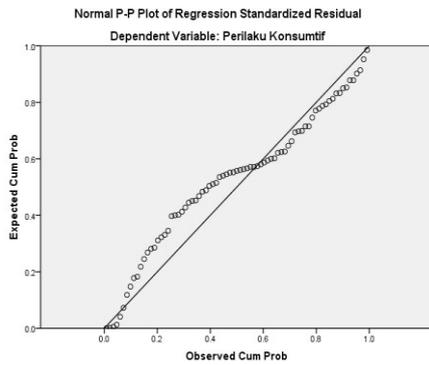
1. Uji normalitas

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

a. Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidak nya dengan syarat, yaitu apabila data mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal tersebut. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi

normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS versi 22, maka diketahui uji normalitas menggunakan metode P-Plot adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Uji Normal P-P Plot

Gambar diatas mengidentifikasi bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal.

b. Uji Kolmogorov Smirnov

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

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

Maka diketahui uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Literasi	Gaya Hidup	Perilaku
		Keuangan		Konsumtif
N		83	83	83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	64.9351	42.4156	34.2857
	Std. Deviation	4.37197	4.57209	2.85554
Most Extreme	Absolute	.093	.155	.144
Differences	Positive	.086	.085	.077
	Negative	-.093	-.155	-.144
Kolmogorov-Smirnov Z		.817	1.360	1.265
Asymp. Sig. (2-tailed)		.516	.149	.081

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya nilai Kolmogorov Smirnov signifikan pada 0,001 yang berarti normal karena lebih kecil daripada 0,5.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya kolerasi yang kuat/tinggi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel independen karena kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada kolerasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen. 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 2. Uji multikolinieritas

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Literasi Keuangan	.981	1.019
	Gaya Hidup	.981	1.019

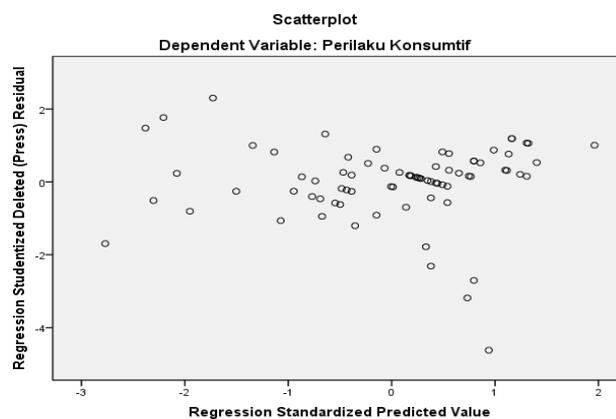
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data diolah SPSS (2022)

Kedua variabel independen yaitu X1 dan X2 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 10), sehingga tidak terjadi multikolinieritas dalam variabel independen ini.

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 homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.



Gambar 2
Uji Heteroskedastisias

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

4.3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 3
Regresi Linier Berganda
Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	12.597	4.243	
	Literasi Keuangan	.288	.059	.434
	Gaya Hidup	.377	.057	.604

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
Sumber : data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan data tabel uji regresi linier berganda diatas, dapat dipahami bahwa model persamaan regresinya adalah:

$$Y = 12,597 + 0,288X_1 + 0,377 X_2 + e$$

Keterangan.

Y = Perilaku Konsumtif

X₁ = Literasi Keuangan

X₂ = Gaya Hidup

Interpretas model:

- a. Konstanta (a) sebesar 12,597, menunjukkan harga konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka Perilaku Konsumtif (Y) akan sebesar 12,597
- b. Variabel X₁ sebesar 0,288 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 0,288 atau 28,8%.
- c. Variabel X₂ sebesar 0,377 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 0,377 atau 37,7%.

4.4. Pengujian Hipotesis

4.4.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan bantuan komputer program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significant level* tarafnya nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 4
Uji Hipotesis t

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.597	4.243		2.969	.004
	Literasi Keuangan	.288	.059	.434	4.481	.000
	Gaya Hidup	.377	.057	.604	6.675	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
Sumber: data diolah SPSS (2022)

$$t_{\text{tabel}} = 1,992$$

Kriteria pengujiannya:

- a. H_0 ditolak apabila $t_{tabel1,992} \geq t_{hitung}$ dan $t_{hitung} \leq 1,992$
- b. H_a diterima apabila $t_{tabel1,992} \leq t_{hitung}$ dan $t_{hitung} \geq 1,992$

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

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,481 sementara $t_{tabel1,992}$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ atau $t_{hitung} 4,481 > t_{tabel1,992}$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

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

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,675 sementara $t_{tabel1,992}$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 > 0.05$ atau $t_{hitung} 6,675 > t_{tabel1,992}$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

a. Uji F(Uji Simultan)

Uji statistik F (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (dependen) dan sekaligus juga untuk menguji hipotesis kedua. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significant level* taraf nyata 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 5
Uji Hipotesis F

Uji-F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.207	2	125.604	25.222	.000 ^a
	Residual	368.507	80	4.980		
	Total	619.714	82			

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

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

$F_{tabel} = 3,12$

Kriteria pengujiannya:

- 1) Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$
- 2) Terima H_0 apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai $F_{hitung} 25,222 > F_{tabel} 3,12$ artinya H_0 di tolak dengan probabilitas signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a di terima, sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4.5. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) 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 6

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.637 ^a	.405	.389	2.23155	1.789

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

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0,405 hasil ini memiliki arti bahwa 40,5% variabel yang mempengaruhi Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2) terhadap 1 Perilaku Konsumtif (Y) sedangkan sisanya sebesar 59,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. 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:

4.1. 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 4,481 sementara t_{tabel} 1,992 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

Menurut (Pulungan & Febriaty, 2018a) perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistic, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Dan (Rasyid, 2012) menambahkan literasi keuangan sebagai bentuk pemahaman aspek keuangan bukan ditujukan untuk mempersulit atau mengekang seseorang dalam menikmati hidup tetap dengan literasi keuangan, individu atau keluarga dapat menikmati hidup dengan mendayagunakan sumber daya keuangan dengan tepat untuk mencapai tujuan keuangan pribadi.

Pada penelitian (Dikria & Mintarti, 2016) yang melakukan penelitian pada mahasiswa jurusan Ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2013. Instrument yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu menggunakan angket dan tes. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda karena penelitian menggunakan dua variabel dependen yakni perilaku konsumtif dan pengendalian diri. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap

perilaku konsumtif Mahasiswa. Apabila literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun.

4.2. 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 6,675 sementara t_{tabel} 1,992 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ atau $t_{hitung} 6,675 > t_{tabel} 1,992$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Pada saat ini banyak remaja khususnya mahasiswa berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya yaitu gaya hidup. Semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh (Suyanto, 2013), bahwa gaya hidup berhubungan dengan upaya membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.

Gaya hidup akan bergerak secara dinamis, gaya hidup suatu individu dan masyarakat akan berubah seiring perkembangan zaman. Perkembangan zaman serta teknologi yang canggih akan menciptakan gaya hidup seperti gaya berpakaian, gaya berbicara, maupun gaya hidup yang konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi jika masyarakat khususnya mahasiswa mengikuti trend atau saat ini sering disebut dengan zaman now, apabila kemampuan ekonomi mereka tidak sesuai dengan kebutuhan gaya hidupnya maka akan berdampak negatif, sesuai dengan yang dijelaskan oleh (Gunawan & Carissa, 2021) *stated that "Lifestyle describes "all people" who interact with their environment. Lifestyle is a pattern expressed in activities, interests, and opinions in spending money and allocating the time that he has.*

Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningtyas, 2017) di mana gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup maka akan semakin tinggi pola perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan tersebut, telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

4.3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil temuan penelitian bahwa terdapat pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan nilai $F_{hitung} 25,222 > F_{tabel} 3,12$ bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Seperti penelitian (Pulungan & Febriaty, 2018b) menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Utara sebesar 49,2%. Artinya gaya hidup dan literasi keuangan memiliki proporsi pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sebesar 49,2% sedangkan sisanya 50,80% ($100\% - 49,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi.

Menurut (Dikria & Mintarti, 2016) Hal ini terjadi karena apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik maka mahasiswa tersebut akan berhati-hati dalam menggunakan uangnya sehingga membuat mahasiswa dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak akan berperilaku konsumtif.

Literasi keuangan dan gaya hidup yang kurang baik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, hal ini tidak selalu berdampak negatif namun dapat berdampak positif juga. Sedangkan literasi keuangan dan gaya hidup yang baik juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dampak yang ditimbulkan juga tidak selalu positif tetapi ada juga dampak negatifnya. Literasi keuangan dan gaya hidup bukanlah variabel utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Terdapat beberapa faktor lain di luar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Banyak faktor yang mendorong perilaku konsumtif, seperti yang dijelaskan (Lina & Rosyid, 1997) bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal.

Kemudian (Lina & Rosyid, 1997) menambahkan faktor eksternal seperti iklan, keluarga, dan lingkungan. Sedangkan faktor internal seperti motivasi, proses belajar, dan konsep diri. Menurut pendapat (Kanserina et al., 2015) Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Oleh sebab itu, literasi keuangan dan pengendalian diri sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian (Gunawan & Carissa, 2021) menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Begitu pula pada penelitian yang dilakukan (Koto et al., 2018) dimana hasil penelitian membuktikan bahwa gaya hidup hedonis dan kecerdasan emosional mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa.

Penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, karena semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif seseorang dan semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif seseorang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Stambuk 2018 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan variabel Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel gaya hidup (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) mempunyai angka signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan variabel Gaya

Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan dan signifikan terdapat pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. REFERENSI

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 34–42.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.30734/jpe.v3i2.36>
- Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). *Measuring financial literacy: results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot study* (OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 15). <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>.
- Bhushan, P., & Medury, Y. (2013). Financial Literacy and its Determinants. *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBA)*, 4(2), 155–160.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *EBiomedik*, 3(1), 297–302. <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128–139.
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 11–21.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Fudyartanta, K. (2012). Psikologi perkembangan. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan A., & Carissa. (2021). The Effect Of Financial Literature And Lifestyle On Student Consumption Behavior (Student Case Study Department Of Management Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera

- Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 79-86.
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2018). Peran Literasi Keuangan Pada Kemampuan Pengelolaan Keuangan Untuk Persiapan Masa Pensiun Secara Mandiri (Studi Kasus Pada Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis UMSU). Medan.
- Hidayat, A. (2017). Peran OJK dalam meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat terhadap lembaga jasa keuangan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–92.
- Imawati, I., Susilaningih, & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNS*, 2(1), 48–58.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi universitas pendidikan ganesha tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Kemdikbud, B. (2012). Survei Internasional PISA (Programme for International Student Assessment). Puspendik di tulis pada.
- Krishna, A., Rofaida, R., & Sari, M. (2010). Analisis tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Survey pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia). In *Proceedings of The 4th International Conference on Teacher Education*.
- Kusumaningtyas, I. (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://doi.org/10.26740/jupe.v5n3.p%25p>
- 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>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5–14.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: an overview. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*, (w17107).
- Mendari, A. S., & Kewal, S. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Economia*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.21831/economia.v9i2.1804>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen, edisi Kelima, Jilid 1 dan Jilid 2*. Jakarta: PT. Penerbit Erlangga.
- Mukmin, P., Jufrizen, J., & Ayla, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2 (1), 402–419.
- Nidar, S. R., & Bestari, S. (2012). Personal Financial Literacy Among University Students (Case Study at Padjadjaran University Students, Bandung, Indonesia). *World Journal of Social Sciences*, 2(4), 162–171.
- Noor, J. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pontania, A. R. (2016). Hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada

- siswa SMA negeri 4 surakarta, 1–18.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 9986(September), 401–406.
- Putri, L. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 769–775.
- Rahayu, R., & Alimudin, A. (2015). Pengaruh Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Pergaulan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Penyimpangan Kerja dan Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen Magistra*, 1(1), 1–15.
- Rasyid, R. (2012). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(2), 91–106. <https://doi.org/10.24036/jkmb.477800>
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setyawati, N. (2010). Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*, Alfabeta. *Denzin, NK, & Lincoln, S. Yvonna*.
- Sukari, S., Larasati, T. A., Mudjijono, M., & Susilantini, E. (2013). *Perilaku Konsumtif SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya.
- Suliyanto, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sumartono, & Djabar, H. B. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal Jibeka*, 7(2), 1–6.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi : Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Prenada Media.
- Widdowson, D., & Hailwood, K. (2007). Financial literacy and its role in promoting a sound financial system. *The Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, 70(2), 37–47.
- Widyawati, I. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi finansial mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Brawijaya. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 1(1), 89–99.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>