

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan jaman saat ini tumbuh begitu pesatnya, sehingga dalam memenuhi kebutuhannya, konsumen seringkali didorong oleh motif tertentu untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkannya. Bentuk konsumsi yang berkembang saat ini di kalangan masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang sudah luas dan mudah diakses. Masyarakat saat ini menjadi sangat konsumtif terhadap apapun yang dilihatnya tanpa memandang hal tersebut merupakan kebutuhan atau keinginan semata. Masyarakat dari kalangan menengah ke atas bahkan kalangan menengah ke bawah tidak akan lepas dari perilaku konsumtif tersebut.

Fenomena perilaku konsumtif terhadap masyarakat yang ditunjukkan melalui salah satu berita dari media *online* mengabarkan bahwa kebanyakan orang Indonesia memiliki perilaku konsumtif dalam pembelian *smartphone* dan *tablet* (techno.okezone.com). Konsumerisme tanpa disadari sudah menjadi budaya dan menjurus menjadi penyakit sosial yang berpotensi menciptakan masyarakat individualis dan materialistis, bahkan mengarah ke hedonism.

Perilaku konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis diiringi dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan yang telah bergeser tersebut sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya.

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Tindakan konsumsi yang irasional dan kompulsif dapat dideskripsikan seperti ketika individu membeli barang atau layanan jasa dengan tidak berdasarkan kebutuhan prioritas namun sekedar memenuhi hasrat dan keinginannya saja. Perkembangan teknologi komunikasi, elektronik dan keuangan juga mendukung masyarakat memiliki akses yang tanpa batas terhadap informasi mengenai produk atau layanan yang diinginkan sehingga lebih mudah terpengaruh untuk bertindak konsumtif.

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. 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 di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif.

Kenyataan yang banyak dijumpai saat ini adalah kecenderungan mahasiswa yang merupakan remaja tingkat akhir meniru gaya hidup konsumtif yang serba *up to date*. Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber,

bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang usianya sama yang menjadi model utama. Mahasiswa ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti *trend* yang saat ini sedang menjadi sorotan.

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 terlihat oleh mahasiswa yang dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan.

Pengambilan keputusan konsumen yang terlihat “irasional” mendasari perilaku ikut-ikutan atau *trend*. Membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya tidak menjadi masalah bahkan sudah menjadi hal biasa, selama membeli itu benar-benar ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang pokok atau yang benar-benar dibutuhkan atau kebutuhan primer. Sesuai dengan yang disampaikan Raharja dan Manurung (2014:23) bahwa keputusan dalam menentukan pilihan bukanlah pekerjaan yang mudah, sebab berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Karenanya manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang dipelajari dalam ilmu ekonomi. Dengan demikian, ilmu ekonomi membantu individu agar pemenuhan kebutuhan bisa dilakukan dengan baik dan terhindar dari kerugian finansial.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal individu. Keputusan individu dalam berperilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri.

Pertama, 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.

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. Menurut Khrisna, Rofaida, & Sari (2010:12) 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. Dengan memahami literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari perilaku konsumtif dan masalah keuangan.

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

Perilaku konsumtif juga sangat dipengaruhi oleh gaya hidup yang membuat seseorang memutuskan untuk melakukan pembelian produk barang atau layanan jasa. 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. Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik mampu mengontrol pengeluaran untuk gaya hidupnya agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Ketiga. Pengendalian diri merupakan cara individu dalam mengontrol perilaku, mengontrol kognisi dan mengontrol keputusan. Individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak.

Mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dianggap telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait ilmu ekonomi mengenai bagaimana mengelola keuangan, waktu dan mengendalikan diri karena telah menerima mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen dan keuangan. Dengan demikian, seharusnya mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian mampu bersikap

positif dalam perilaku konsumsinya. Adapun data mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Data Mahasiswa Prodi Manajemen
Tahun 2015 – 2019

Tahun	Jumlah mahasiswa	
	Ganjil	Genap
2015	496 orang	344 orang
2016	371 orang	445 orang
2017	443 orang	405 orang
2018	853 orang	915 orang

Sumber: Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Prodi manajemen, 2019

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa prodi manajemen setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, maka peneliti telah melakukan pengamatan dan wawancara pada bulan Oktober 2019 terhadap 30 orang mahasiswa mengenai perilaku konsumsi mereka sehari-hari yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Hasil Wawancara

Pengukuran Variabel	Prodi	
	Manajemen	Akuntansi
Literasi keuangan (X1)		
1. Menbuat catatan keuangan	3	5
2. Perencanaan masa depan	2	3
3. Memilih produk keuangan	4	2
4. <i>Taying informed</i> (selalu terdepan terhadap perkembangan informasi)	5	2
5. Pengawasan keuangan	1	3
Total	15	15
Gaya Hidup (X2)		
1. <i>Activities</i> (kegiatan)	5	5
2. <i>Interest</i> (minat)	7	6
3. <i>Opinion</i> (pendapat)	3	4
Total	15	15
Pengendalian diri (X3)		
1. Kontrol prilaku (<i>behavior control</i>)	3	4

2. Kontrol kognitif (<i>cognitive control</i>)	4	6
3. Kontrol keputusan (<i>decisional control</i>)	8	5
Total	15	15
Prilaku konsumtif (Y)		
1. Aspek motif	4	3
2. Aspek kemuktahiran mode	5	4
3. Aspek <i>inferiority complex</i>	6	8
Total	15	15

Sumber: Hasil Wawancara, 2019

Dari tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara terhadap 30 orang mahasiswa terdiri dari 15 orang mahasiswa Jurusan Manajemen dan 15 orang mahasiswa prodi Akuntansi diperoleh hasil bahwa perilaku konsumtif terbanyak dilakukan oleh mahasiswa prodi Manajemen yang menyatakan bahwa mereka memiliki perilaku konsumtif sedangkan mahasiswa prodi akuntansi cenderung seimbang antara jumlah mahasiswa yang berperilaku konsumtif dengan yang tidak berperilaku konsumtif.

Dari hasil pengamatan dan wawancara peneliti dengan mahasiswa, maka diperolehlah beberapa permasalahan yang berhubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswa prodi Manajemen.

Dari segi literasi keuangan, berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti dengan beberapa orang mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian ditemukan permasalahan berupa masih sedikit mahasiswa yang membuat catatan keuangan pribadi, hal ini dikarenakan mahasiswa beralasan bahwa segala kebutuhan mereka masih ditanggung orang tua, jadi tidak memerlukan catatan keuangan. Permasalahan lain yaitu kurangnya kesadaran mahasiswa dalam membuat perencanaan masa depan berupa sedikitnya mahasiswa yang memiliki perencanaan hari tuanya misalnya memiliki asuransi. Selanjutnya, jika dilihat dari segi kurangnya pengawasan keuangan, permasalahan yang terjadi disebabkan sebagian mahasiswa kurang bijak dalam menggunakan

uang berupa lebih suka membelanjakan uang untuk hal yang kurang penting dari pada ditabung atau investasi.

Permasalahan gaya hidup berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti dengan beberapa orang mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian terlihat berupa *activities* (kegiatan) yang dilakukan mahasiswa lebih memilih mengisi waktu luang dengan teman-teman di Cafe. Selain itu mahasiswa memiliki kesukaan (*interest*) menggunakan barang bermerek (baju,tas, sepatu, kosmetik, jam tangan, dan *gadget*) saat berada di kampus. Sebagian mahasiswa juga memiliki pendapat bahwa mereka harus terlihat eksis, percaya diri dengan penampilan, dan berusaha mengikuti *trend* saat ini agar selaras dengan teman-teman dan lingkungan sosial.

Dalam hal pengendalian diri, berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti dengan beberapa orang mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian terlihat berupa kurang pandainya mahasiswa dalam melakukan kontrol terhadap keputusan yang diambilnya (*decisional control*). Mahasiswa lebih sering membeli barang untuk memenuhi keinginan bukan karena dasar kebutuhan terutama suka berbelanja karena terpengaruh dengan *discount*.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena masalah yang terjadi pada mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian“ PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan urian pada latar belakang untuk mempertegas permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan urian pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka dikemukakan tujuan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan untuk memperluas wawasan dan menganalisis masalah-masalah aktual yang terjadi khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif.

2. Bagi Pembaca

Mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang ditinjau dari variabel: Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan pengendalian Diri.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar penulisan proposal ini dibagi menjadi beberapa bab, sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Pada bab ini disajikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan fakta dan kasus yang sedang dibahas, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penelitian yang berisi tentang objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional, tehnik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Merupakan penyajian data atau informasi hasil penelitian diolah, dianalisis, ditafsirkan, dikaitkan dengan kerangka teoritik.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan kristalisasi dari semua yang telah dicapai pada masing-masing Bab sebelumnya, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Literasi Keuangan

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. Menurut Khrisna, Rofaida, & Sari (2010:34) bahwa literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan).

Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*miss management*) seperti kesalahan penggunaan kredit dan tidak adanya perencanaan keuangan. Menurut Manurung (2009:24) literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka. Menurut Chen dan Volpe (2011:27) literasi keuangan adalah sebagai kemampuan mengelola keuangan agar hidup bisa lebih sejahtera dimasa yang akan datang.

Selanjutnya menurut pendapat ahli (Kaly dkk, 2008) dalam penelitian Widyawati (2012) mengartikan bahwa literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat kedalam prilaku.

Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stres, dan rendahnya kepercayaan diri. Adanya 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. Memahami implikasi finansial yang ditimbulkan dari keputusan keuangan merupakan hal yang mendasar dalam literasi keuangan.

Keputusan yang berdasarkan informasi diakui sebagai instrumen untuk mencapai *outcome* yang diharapkan. Literasi keuangan hanya membuat seseorang mampu membuat keputusan berdasarkan informasi yang relevan. Literasi keuangan tidak menjamin akan keputusan yang tepat yang akan dibuat.

Menurut Lusardi (2010:12) literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan. Hal ini dapat dimaknai bahwa persiapan perlu dilakukan untuk menyongsong globalisasi, lebih spesifiknya globalisasi masalah dalam bidang keuangan.

Sedangkan menurut Houston (2010:56) menyatakan bahwa literasi keuangan terjadi ketika individu memiliki sekumpulan keahlian dan kemampuan yang membuat orang tersebut mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan beberapa kutipan di atas dapat saya simpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan mengenai konsep-konsep dasar keuangan, termasuk diantaranya pengetahuan mengenai bunga majemuk, perbedaan nilai nominal dan nilai riil, pengetahuan dasar mengenai diversifikasi risiko, nilai waktu dari uang dan lain-lain.

2.1.1.1 Aspek Literasi Keuangan

Menurut Houston (2010:23), literasi keuangan mencakup empat aspek keuangan, yaitu:

1. Pengetahuan umum keuangan

Pengetahuan tentang keuangan mencakup pengetahuan keuangan pribadi, yakni bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta memahami konsep dasar keuangan.

2. Pengetahuan mengenai manajemen uang (*money management*)

Konsep *money management* mencakup bagaimana setiap individu dapat mengelola dan menganalisis keuangan pribadi mereka. Pemahaman literasi keuangan yang baik memberikan praktik keuangan yang baik pula pada pengelolaan keuangan setiap individu.

3. Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi

Tabungan merupakan akumulasi dana berlebih yang diperoleh dengan sengaja mengkonsumsi sedikit dari pendapatan, sedangkan investasi adalah menyimpan atau menempatkan uang agar bisa bekerja sehingga dapat menghasilkan uang yang lebih banyak.

Dalam pemilihan tabungan, ada enam faktor yang perlu dipertimbangkan (Kapoor dkk, 2011:147) yaitu :

- a. Tingkat pengembalian (persentase kenaikan tabungan)
- b. Inflasi (perlu dipertimbangkan dengan tingkat pengembalian karena dapat mengurangi daya beli)
- c. Pertimbangan- pertimbangan pajak
- d. Likuiditas (kemudahan dalam menarik dana jangka pendek tanpa kerugian atau dibebani *fee*)

- e. Keamanan (ada tidaknya proteksi terhadap kehilangan uang jika bank mengalami kesulitan keuangan)
- f. Pembatasan-pembatasan dan *fee* (penundaan atas pembayaran bunga yang dimasukkan dalam rekening dan pembebanan *fee* suatu transaksi tertentu untuk penarikan deposito).

Dalam berinvestasi, terdapat banyak instrumen investasi yang dapat dipilih individu, baik pada aset riil seperti tanah, properti, emas, maupun aset keuangan seperti saham, obligasi, sertifikat deposito, dan reksadana. Dalam berinvestasi, ada lima faktor yang mempengaruhi pilihan investasi (Kapoor, dkk, 2011:414), yaitu:

- a. Keamanan dan risiko
- b. Komponen faktor risiko
- c. Pendapatan Investasi
- d. Pertumbuhan investasi
- e. Likuiditas.

Individu harus memahami hal-hal tersebut agar dapat menabung secara efektif atau pun agar mampu berinvestasi baik di aset riil maupun di aset keuangan.

4. Pengetahuan mengenai risiko

Cara menangani suatu risiko akan berpengaruh terhadap keamanan finansial di masa yang akan datang. Salah satu cara cepat yang dapat menanggulangi risiko tersebut yaitu dengan mengasuransikan aset ataupun hal-hal berisiko.

Oleh karena itu, penting untuk dapat menghadapi risiko dengan cara yang logis dan terkendali. Proses manajemen risiko meliputi tiga langkah berikut:

- a. Mengidentifikasi eksposur dari risiko yang kita hadapi
- b. Mengidentifikasi dampak keuangan yang dari risiko yang dihadapi
- c. Memilih cara yang paling tepat untuk menghadapi risiko yang ada.

Cakupan risiko yang dihadapi individu meliputi:

- a. Risiko personal, yang meliputi risiko akibat kematian, kecelakaan, ataupun penyakit.
- b. Risiko kewajiban, yaitu tanggung jawab terhadap kerugian ekonomi orang lain akibat kelalaian kita.
- c. Risiko aset, yaitu risiko atas rusak atau hilangnya aset yang kita miliki.

Cara kita menangani risiko akan berpengaruh terhadap keamanan finansial di masa yang akan datang. Salah satu cara menaggulangi risiko tersebut adalah dengan cara mengasuransikan aset ataupun hal-hal berisiko. Dibutuhkan pengetahuan atau literasi yang memadai untuk dapat mengelola risiko-risiko tersebut dan terhindar dari risiko tambahan akibat kurangnya pengetahuan, contohnya risiko penipuan berkedok asuransi.

Lusardi (2010:12) membagi literasi keuangan menjadi empat aspek, yaitu:

1. Pengetahuan keuangan dasar (*basic financial knowledge*) yang mencakup pengeluaran, pendapatan, aset, hutang, ekuitas, dan risiko. Pengetahuan dasar ini biasanya berhubungan dengan pengambilan keputusan dalam melakukan investasi atau pembiayaan yang bisa mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengelola uang yang dimiliki.

2. Simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*), merupakan produk perbankan yang lebih dikenal sebagai tabungan dan kredit. Tabungan merupakan sejumlah uang yang disimpan untuk kebutuhan di masa depan.
3. Proteksi atau asuransi (*insurance*) merupakan suatu bentuk perlindungan secara finansial yang bisa dilakukan dalam bentuk asuransi jiwa, asuransi properti, asuransi pendidikan, dan asuransi kesehatan.
4. Investasi merupakan suatu bentuk kegiatan penanaman dana atau aset dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di waktu yang akan datang.

Menurut Manurung (2009:24) Dalam literasi keuangan terdapat beberapa aspek keuangan yaitu

1. *Basic Personal Finance*

Dalam *Basic Personal Finance* mencakup berbagai pemahaman dasar seseorang dalam suatu *system* keuangan seperti perhitungan bunga sederhana, bunga majemuk, inflasi, *opportunity cost*, nilai waktu, likuiditas asset, dan lain-lain.

2. *Money management* (pengelolaan uang)

Money management mempelajari bagaimana seorang individu mengelola uang pribadi mereka. Semakin banyak pemahaman mengenai *financial literacy* maka semakin baik pula individu tersebut mengelola uang pribadi mereka.

3. *Credit and debt management*

Manajemen Perkreditan adalah suatu rangkaian kegiatan dan komponen yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara sistematis dalam proses pengumpulan dan penyajian informasi perkreditan suatu bank.

Manajemen hutang atau *debt management* merupakan proses pembayaran hutang dengan melibatkan pihak ketiga untuk membantu peminjam hutang. Untuk lebih memudahkan mengatur hutang lebih baik jika dibuat *debt management plan*. *Debt management plan* berupa langkah-langkah atau proses dimana pihak ketiga membantu pengelolaan hutang dari seseorang. Langkah-langkah *debt management plan* terdiri dari:

- a. Membuat daftar kreditur dimana seseorang melakukan peminjaman beserta jumlah pinjaman yang dilakukan pada masing-masing kreditur.
- b. Menggabungkan data-data jumlah utang, jumlah pemasukan, dan pengeluaran si peminjam.
- c. Pihak ketiga membantu perencanaan hutang dan membantu peminjam untuk menentukan jumlah maksimal dari uang yang tersedia untuk pembayaran hutang.

4. *Saving and investment*

Tabungan (*saving*) merupakan bagian dari pendapatan masyarakat yang tidak dipergunakan untuk kegiatan konsumsi, sedangkan bagian dari tabungan yang dipergunakan untuk kegiatan ekonomi (menghasilkan barang dan jasa) yang menguntungkan disebut dengan investasi (*investment*). Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa semakin banyak seseorang tersebut mengetahui dan memahami pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) maka seseorang itu akan melakukan investasi dan menabung uang pribadi mereka dengan baik.

5. *Risk Management*

Risiko adalah sesuatu yang muncul akibat adanya suatu ketidakpastian. Banyak cara yang dilakukan oleh seseorang untuk mengurangi risiko dari ketidakpastian tersebut, cara yang dilakukan oleh seseorang disebut manajemen risiko. Manajemen risiko adalah pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam penganggulan risiko, terutama risiko yang dihadapi oleh organisasi/perusahaan, keluarga dan masyarakat. Manajemen risiko bertujuan untuk mengelola risiko sehingga kerugian yang dialami dapat diminimalisir atau keuntungan yang akan diperoleh dapat dioptimalkan. Di dalam manajemen risiko terdiri dari 3 proses yaitu :

a. Identifikasi risiko

Di dalam proses ini diidentifikasi risiko-risiko apa yang akan dihadapi. Identifikasi dilakukan dengan melakukan penelusuran sumber risiko sampai terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan.

b. Evaluasi dan pengukuran risiko

Evaluasi risiko dilakukan untuk memahami karakteristik risiko dengan lebih baik. Dengan memahami risiko tersebut dengan baik maka, kita juga dapat mengendalikan risiko tersebut dengan baik. Evaluasi dilakukan dengan melakukan pengukuran risiko yang dihadapi.

c. Pengelolaan risiko

Pengelolaan risiko juga merupakan komponen yang penting dalam melakukan sesuatu pengelolaan. Jika pengelolaan risiko gagal dilakukan

maka kerugian yang akan ditimbulkan dari risiko tersebut akan semakin besar.

2.1.1.2 Indikator Literasi Keuangan

Menurut Lusardi (2010:23), indikator literasi keuangan seseorang adalah :

1. Membuat catatan keuangan, misalnya selalu memantau saldo rekening dan pengeluaran rumah tangga.
2. Perencanaan masa depan, termasuk perilaku seperti merencanakan pendapatan saat masa pensiun, menggunakan konsultan keuangan, penggunaan asuransi.
3. Memilih produk keuangan, misalnya memperluas pengetahuan produk keuangan dan jasa keuangan untuk berbelanja.
4. *Taying informed* (selalu terdepan terhadap perkembangan informasi), misalnya orang-orang yang menggunakan informasi keuangan untuk membuat keputusan.
5. Pengawasan keuangan termasuk hal-hal seperti pengendalian situasi keuangan yang umum dan hutang dan kemampuan untuk menabung.

Menurut Houston (2010:23), indikator literasi keuangan terdiri dari :

1. Pengetahuan seseorang terhadap nilai barang dan skala prioritas dalam hidupnya
2. Penganggaran, tabungan dan bagaimana mengelola uang
3. Pengelolaan kredit
4. Pentingnya asuransi dan perlindungan terhadap risiko
5. Dasar Investasi

6. Perencanaan pensiun
7. Penggunaan dari belanja dan membandingkan produk yang mana harus pergi mencari saran dan informasi bimbingan, dan dukungan tambahan.

Menurut Imawati dkk (2013:50-51) bahwa ada tiga hal yang memberikan pengaruh terhadap kemampuan literasi keuangan yaitu:

1. Sosiodemographi adalah ada perbedaan kepehaman antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dianggap memiliki kemampuan financial literacy lebih tinggi daripada perempuan. Begitu juga dengan kemampuan kognitifnya.
2. Latar belakang keluarga yaitu pendidikan seorang ibu dalam sebuah keluarga berpengaruh kuat pad literasi keuangan , khususnya ibu yang merupakan lulusan dari perguruan tinggi. Mereka unggul 19 persen lebih tinggi daripada yang lulusan sekolah menengah.
3. Kelompok pertemanan (*peer group*) yaitu kelompok atau komunitas seseorang akan memengaruhi financial literacy seseorang, memengaruhi pola konsumsi dan penggunaan dari uang yang ada.

2.1.2 Gaya Hidup

Gaya hidup mempunyai banyak artian dan diartikan sesuai dengan bidang ilmu pengetahuan masing-masing tokoh yang mengemukakannya. Menurut seorang ahli psikologi Alfred Adler (2012:23), gaya hidup adalah Sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk didalam hubungan sosial, konsumsi barang, entertainment dan berbusana.

Perilaku-perilaku yang nampak di dalam gaya hidup merupakan campuran dari kebiasaan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, dan perilaku yang berencana. Gaya hidup berkembang karena ada kebutuhan, tuntutan dan penguatan, adalah mazhab behavioristik yang menyatakan bahwa suatu perilaku akan diulangi bila perilaku tersebut membawa kepuasan atau kenikmatan dan tidak ada hukuman yang menyertainya.

Gaya hidup menurut Kotler (2012:12) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Assael (2013:24), gaya hidup dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Menurut Minor dan Mowen (2012:10), gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting bagi diri mereka dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimanapandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

2.1.2.1 Indikator Gaya Hidup

Psikografik adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokan gaya hidup konsumen (Kotler, 2012:193). Menurut Sumarwan (2013:58), psikografis adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografis analisis biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar.

Analisis psikografis juga diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktifitas lainnya. Psikografis berarti menggambarkan (graph) psikologis konsumen (psyco). Psikografis adalah pengukuran kuantitatif gaya hidup, kepribadian dan demografik konsumen. Psikografis sering diartikan sebagai pengukuran AIO (*activity, interest, opinion*), yaitu pengukuran kegiatan, minat dan pendapat konsumen.

Schiffmann dan Kanuk (2015:12) menyatakan psikografis disebut sebagai analisis gaya hidup atau riset AIO adalah suatu bentuk riset konsumen yang memberikan profil yang jelas dan praktis mengenai segmen-segmenkonsumen, tentang aspek-aspek kepribadian konsumen yang penting, motif belinya, minatnya, sikapnya, keyakinannya, dan nilai-nilai yang dianutnya. Lebih lanjut, Mowen (2012:24) mendefinisikan psikografis sebagai kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis. Ada dua konsep, dalam psikografis:

1. Memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikologis konsumen yang lebih mengarah pada identifikasi kepribadian konsumen (*selfconcept*).

2. Memandang psikografis sebagai kajian tentang *activities* (kegiatan), *interest*(minat), dan *opinions* (pendapat).

Menurut Schiffmann dan Kanuk (2015:12), mengungkapkan indikator gaya hidup adalah:

1. *Activities* (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
2. *Interest* (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen.
3. *Opinion* (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial.

2.1.3 Pengendalian Diri

Menurut Schiffmann dan Kanuk (2015:15), pengendalian diri adalah kemampuan individu untuk menahan dorongan-dorongan dan kemampuan individu untuk mengendalikan tingkah lakunya pada saat tidak adanya kontrol dari lingkungan.

Pengendalian diri menurut Mowen (2012:24) adalah tindakan seseorang untuk mengendalikan secara otomatis kebiasaan, dorongan, emosi, dan keinginan dengan tujuan untuk mengarahkan perilakunya

Lusardi & Mitchell (2017:25) berpendapat bahwa pengendalian diri merupakan kesediaan menunda kepuasan, kesediaan melakukan kegiatan meskipun tidak segera menghasilkan kepuasan, kesediaan untuk berhati-hati dan berani menghadapi resiko serta melihat sisi positif dari kegagalan.

Menurut Roberts & Chris (2012:27).Pengendalian diri perlu dimiliki oleh seseorang ketika dihadapkan pada situasi dimana harus menyimpan uangnya atau menghamburkan uang. Pengendalian diri terdiri atas tiga komponen yaitu pengawasan, penurunan ego, dan sasaran konflik berpengaruh terhadap pembelian spontan (*impulse buying*). Sedangkan dalam konteks keuangan, kontrol diri merupakan sebuah aktivitas yang dapat berfungsi untuk mendorong penghematan (tujuan yang bermanfaat) serta menekan pembelian impulsif (tujuan untuk kesenangan semata).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, maka dapat penulis simpulkan bahwa pengendalian diri merupakan hal yang penting sebelum seseorang memutuskan untuk mengambil keputusan dalam berperilaku. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang tinggi maka akan cenderung mengendalikan penggunaan uangnya dan dapat melakukan pengelolaan uang dengan lebih baik sehingga akan menghindari perilaku konsumtif.

2.1.3.1 Indikator Pengendalian Diri

Menurut Mowen (2012:24) indikator yang digunakan untuk menjelaskan indikator pengendalian diri yaitu:

1. Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi sesuatu yang tidak menyenangkan.

Kemampuan mengontrol perilaku dibagi menjadi dua komponen, yaitu:

1) Mengatur pelaksanaan (*regulated administration*)

Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk mengatur siapa yang mengendalikan situasi. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku. Jika diri sendiri tidak mampu maka akan menggunakan faktor eksternal untuk mengendalikannya.

2) Kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*).

Kemampuan memodifikasi stimulus merupakan kemampuan untuk mengatur stimulus atau respon bagaimana situasi yang tidak dikehendaki dihadapi.

2. Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengontrol informasi yang tidak dikehendaki dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian kedalam kerangka kognitif untuk mengurangi tekanan. Melakukan penilaian terhadap sesuatu berarti individu telah berusaha menilai atau menafsirkan keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif.

3. Kontrol keputusan (*decisional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan yang diyakini atau disetujuinya. Pengendalian diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Menurut Thompson (2011 : 95) indikator pengendalian diri antara lain :

1. Kemampuan untuk mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif yang ditandai dengan kemampuan menghadapi stimulus yang tidak diinginkan

dengan cara mencegah menjauhi stimulus,merapatkan tenggang waktu diantara stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum berakhir dan membatasi intensitas stimulus, kemampuan membuat perencanaan dalam hidup, mampu mengatasi frustasi dan ledakan emosi serta kemampuan untuk menentukan siapa yang mengendalikan perilaku, dalam hal ini bila individu tidak mampu mengontrol dirinya sendiri, maka individu menggunakan faktor eksternal.

2. Kemampuan menunda kepuasan dengan segera untuk keberhasilan mengatur perilaku dalam mencapai sesuatu yang lebih berharga atau diterima dalam masyarakat.
3. Kemampuan mengantisipasi peristiwa yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif obyektif. Hal ini didukung dengan adanya informasi yang dimiliki individu.

Menurut Sukadji (dalam Dikria, 2016:146) ada 5 indikator yang dapat digunakan untuk mengontrol diri. Teknik mengontrol diri tersebut adalah:

1. Teknik Pemantauan Diri

Teknik ini berdasarkan asumsi bahwa dengan memantau dan mencatat perilakunya sendiri, individu akan memiliki pemahaman yang objektif tentang perilakunya sendiri.

2. Teknik Pengukuhan Diri

Dasar pikiran teknik ini ialah asumsi bahwa perilaku yang diikuti dengan sesuatu yang menyenangkan akan cenderung diulangi di masa mendatang Teknik ini menekankan pada pemberian pengukuh positif segera setelah perilaku yang diharapkan muncul.

3. Teknik Kontrol Stimulus

Dasar teknik ini adalah asumsi bahwa respon dapat dipengaruhi oleh hadir atau tidaknya stimulasi yang mendahului respon tersebut.

4. Teknik Kognitif

Proses kognitif berpengaruh terhadap perilaku individu, dengan demikian apabila individu mampu menggantikan pemikiran yang menyimpang dengan pikiran-pikiran yang objektif, rasional, maka individu akan lebih mampu mengendalikan dirinya.

5. Teknik Relaksasi

Asumsi yang mendasari teknik ini adalah individu dapat secara sadar belajar untuk merelaksasikan ototnya sesuai keinginannya melalui usaha yang sistematis.

2.1.4 Perilaku Konsumtif

Perilaku merupakan suatu kegiatan atau aktivitas individu bersangkutan. Perilaku manusia pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari pada manusia itu sendiri. Perilaku adalah apa yang dikerjakan oleh individu baik yang bisa diamati secara langsung maupun tidak langsung. Perilaku baru akan terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni rangsangan.

Konsumtif adalah kata sifat yang memiliki kata dasar “*consumptus*” (Latin), “*consume*” (Inggris.), konsumsi (Indonesia.). Dengan demikian kata konsumtif berarti sifat mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu.

Menurut Astuti (2012:15) konsumtif adalah sebuah pandangan hidup, gaya hidup, ajaran, sikap atau falsafah hidup yang memakai, mengkonsumsi, menggunakan, menghabiskan sesuatu dengan berlebih-lebihan, atau pemborosan sesuatu.

Dengan demikian, perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam membeli barang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan. Menurut Thompson (2011 : 95), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana.. Tidak terencananya pembelian barang atau jasa diakibatkan karena tidak membuat anggaran belanja yang didasarkan pada skala prioritas.

Menurut Mowen (2012:24), perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Individu yang berperilaku konsumtif menggambarkan suatu tindakan negatif dalam perilaku keuangan karena bersifat impulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Kartodiharjo (2013:15) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam

memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain.

Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (2013:26) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

2.1.4.1 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Setiaji (2013:26) bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan untuk bertindak dengan keinginan untuk membeli dan menggunakan atau menghabiskan barang atau jasa yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan.

Indikator yang terdapat dalam perilaku konsumtif menurut Setiaji (2013:26) antara lain:

1. Aspek motif

Meliputi dorongan-dorongan yang bersifat rasional maupun yang irasional, ikut-ikutan atau uji coba. Pada awalnya dorongan konsumen untuk melakukan tindakan pemilihan diantara berbagai jenis dan macam produk dipengaruhi

oleh kualitas produk itu sendiri yang dianggap paling baik atau harganya cukup terjangkau.

2. Aspek Kemutakhiran Mode

Mencakup macam-macam barang atau jasa yang sedang populer dan digemari oleh orang banyak, sehingga orang cenderung beranggapan bahwa dirinya *prestisius* bila mengkonsumsi produk-produk dengan merek tertentu, produk tersebut dianggap *fashionable*.

3. Aspek *Inferiority Complex*

Berkaitan dengan masalah harga diri yang rendah, kurang percaya diri, gengsi. Konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri, maka ia akan membeli produk dengan tujuan agar mendapatkan simbol status pribadi.

Pendapat yang berbeda dikemukakan oleh Mowen (2012:24) bahwa indikator pembentuk perilaku konsumtif meliputi:

1. Naiknya pendapatan

Dampak dari naiknya pendapatan adalah perubahan pola konsumsi masyarakat yang terlihat dari perkembangan pusat-pusat perbelanjaan, berbagai kemudahan system belanja seperti pengguna kredit *Card*, *multilevel marketing* dan *home shopping*.

2. Prestise

Gaya hidup konsumtif dewasa ini melibatkan *prestise* yang diungkapkan melalui konsumsi jenis produk, *merk* dagang dan kemutakhiran mode tersebut, dalam banyak hal sebenarnya juga dimaksudkan untuk menimbulkan kesegaran penghargaan dan penghormatan.

3. Westernisasi

Westernisasi adalah anggapan bahwa cara hidup seperti orang barat adalah hidup yang sesungguhnya. Melihat orang-orang kaya memiliki alat tersebut, maka timbul anggapan umum bahwa seseorang yang mampu membeli barang tersebut akan dikatakan kaya dan menjadi orang terpandang.

4. Taraf pendidikan yang rendah

Orang yang memiliki taraf pendidikan yang rendah akan mempunyai sikap, cara berfikir dan pandangan yang terbatas. Anggapan bahwa barang sebagai lambang kekayaan atau lambang modern juga lahir dari taraf pendidikan dan kehidupan sosial yang rendah.

Menurut tokoh lainnya Schiffmann dan Kanuk (2015:12) menyatakan tentang indikator dari perilaku konsumtif antara lain:

1. Pembelian yang impulsive. Yaitu pembelian yang refleksi (tanpa dipikirkan terlebih dahulu), sehingga akibatnya akan kesulitan menahan niat untuk membeli.
2. Pembelian yang rasional. Yaitu pembelian yang tidak menggunakan pemikiran.
3. Pembelian yang bersifat pemborosan. Yaitu perilaku membeli yang menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

Menurut Sumartono, (2012:119) indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan

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

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk

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

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penulis merangkum beberapa penelitian terdahulu guna dijadikan bahan acuan bagi penelitian penulis. Hal ini untuk membuktikan bahwa penelitian yang penulis lakukan telah pernah diteliti sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan saat ini adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

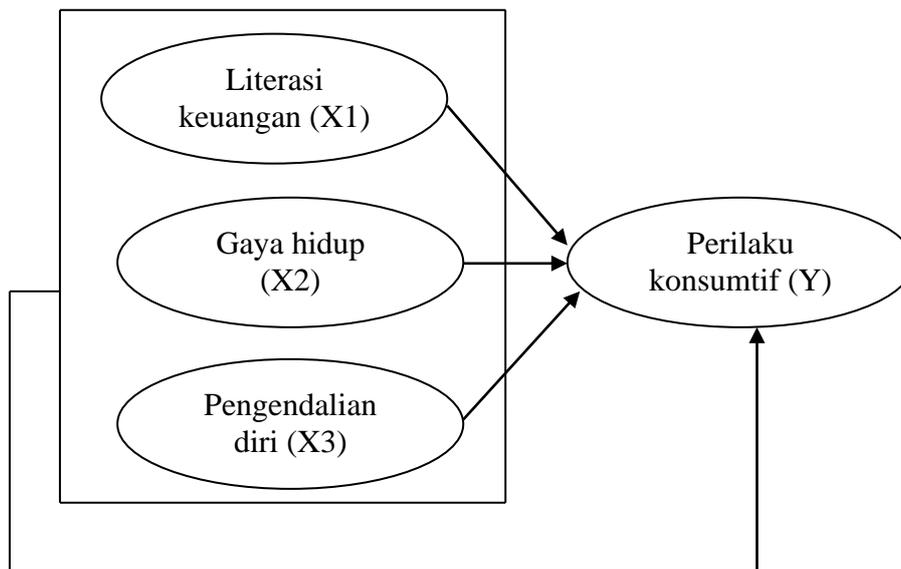
Nama, Tahun	Judul	Hasil penelitian
Okky Dikria (2016)	Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2013	1. Terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangandan pengendalian diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa . 2. Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan, pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.
Elsa Cahya Sari (2019)	Perilaku konsumtif, literasi keuangan dan gaya hidup ibu rumah tangga	1. Secara parsial Terdapat Pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. 2. Secara simultan Terdapat Pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap, perilaku konsumtif ibu rumah tangga.

Nama, Tahun	Judul	Hasil penelitian
Risa Astiningru (2018)	Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Pjkr Upgris	Dari hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa serta gaya hidup dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
Amalia (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri, secara serempak, berpengaruh signifikan pada $\alpha = 0,05$ terhadap Perilaku Konsumtif. Secara parsial, pada $\alpha = 0,05$ variabel Literasi Keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan variabel Electronic Money dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
Fauzia (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2015)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung.
Wahidah (2013)	Pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan	Terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN.
Nisa (2017)	Pengaruh kontrol diri, harga diri dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif belanja online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri, harga diri dan lingkungan teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif belanja online. Pengaruh secara parsial

	Universitas Negeri Semarang angkatan 2015	kontrol diri, harga diri dan lingkungan teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online
--	---	---

2.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori, maka dapat digambarkan kerangka konseptual adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Dari kerangka konseptual yang penulis buat maka hipotesis sementara dari penelitian ini adalah:

H1 : Diduga literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

- H2 : Diduga gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- H3 : Diduga pengendalian diri secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- H4 : Diduga literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.8 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Pasir Pengaraian. Waktu penelitian pada bulan oktober 2019 sampai dengan Maret 2020.

3.9 Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah mahasiswa prodi manajemen Fakultas Ekonomi sekitar 915 mahasiswa yang aktif sampai tahun 2018.

Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Agar informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, sampel tersebut harus mewakili karakteristik populasi yang diwakilinya. Untuk memperoleh sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi, diperlukan metode pemilihan sampel yang tepat. Informasi dari sampel yang baik akan dapat mencerminkan informasi dari populasi secara keseluruhan (Kuncoro, 2013: 103).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yakni penentuan responden dari populasi dengan kriteria tertentu.

Purposive sampling termasuk dalam metode *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2011) yaitu:

Adapun kriteria yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Sampel adalah mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
2. Sampel adalah mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang masih aktif kuliah dan terdaftar menjadi mahasiswa sampai tahun 2019/2020.

Setelah itu, dapat dilihat perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Banyak unit sampel

N = Banyak populasi

e = bata toleransi kesalahan 10%

1 = Bilangan konstan

$$n = \frac{915}{915 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{915}{915(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{915}{10,15}$$

n = 90,15 dibulatkan menjadi 90 orang mahasiswa

3.10 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dari perusahaan berupa data yang dapat dihitung berbentuk angka yang diperoleh dari dokumen atau laporan-laporan.

2. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang menggunakan kata-kata untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa pendapat dari responden terhadap pertanyaan dalam bentuk kuesioner.

3.3.2. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data primer dari penelitian ini yaitu responden yang memberikan tanggapan dalam kuesioner mengenai variabel-variabel dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diolah oleh orang lain dan telah dipublikasikan. Data tersebut diperoleh dari buku, laporan instansi terkait maupun dari literatur-literatur yang ada. Ada pun yang termasuk dalam data sekunder adalah gambaran umum tentang Jurusan

Manajemen Fakultas Ekonomi yang meliputi sejarah dan perkembangan serta struktur organisasi.

3.11 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data merupakan suatu usaha untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Hal ini sangat penting karena pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan data tersedia. Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, maka teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi.

2. Kuesioner

Yaitu memperoleh informasi dengan memberikan daftar pertanyaan atau angket yang akan diajukan kepada pihak yang berkepentingan.

3 Dokumentasi

Adalah teknik untuk mengumpulkan data dari sumber seperti dokumen, buku-buku, majalah, notulen rapat, catatan harian dan rekaman.

4. Wawancara

Adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang terhadap suatu objek penelitian untuk menggali informasi yang diinginkan dengan cara melakukan tanya jawab, baik terstruktur maupun tidak terstruktur, langsung maupun tidak langsung.

3.12 Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependennya. Untuk lebih jelasnya mengenai defenisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Depenisi Operasional Penelitian

Variabel Konsep	Defenisi	Indikator
Literasi keuangan (X1)	Lusardi (2010:12) pengetahuan keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan.	Lusardi (2010:23), 1. Menbuat catatan keuangan 2. Perencanaan masa depan 3. Memilih produk keuangan 4. <i>Taying informed</i> (selalu terdepan terhadap perkembangan informasi) 5. Pengawasan keuangan
Gaya hidup (X2)	Alfred Adler (2012:23), gaya hidup adalah Sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk didalam hubungan sosial, konsumsi barang, entertainment dan berbusana.	Schifmann dan Kanuk (2015:12) 1. <i>Activities</i> (kegiatan) 2. <i>Interest</i> (minat) 3. <i>Opinion</i> (pendapat)
Pengendalian diri (X3)	Menurut Schifmann dan Kanuk (2015:15), pengendalian diri adalah kemampuan individu untuk menahan dorongan-dorongan dan kemampuan individu untuk mengendalikan tingkah lakunya pada saat tidak adanya kontrol dari lingkungan.	Mowen (2012:24) 1. Kontrol prilaku (<i>behavior control</i>) 2. Kontrol kognitif (<i>cognitive control</i>) 3. Kontrol keputusan (<i>decisional control</i>)
Perilaku konsumtif (Y)	Menurut Mowen (2012:24), perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.	Setiaji (2013:26) 1. Aspek motif 2. Aspek kemuktahiran mode 3. Aspek <i>inferiority complex</i>

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2011: 121), instrumen adalah alat pada waktu peneliti menggunakan sesuatu metode. Menurut Arikunto (2011: 101), “Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.” Instrumen diperlukan agar pekerjaan yang dilakukan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga data lebih mudah diolah. Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner digunakan untuk menyelidiki pendapat subjek mengenai suatu hal atau untuk mengungkapkan kepada responden.

Menurut Arikunto (2011:128), “Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk memperoleh informasi sampel dalam arti laporan pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.”

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument penelitian dalam bentuk Kuisisioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2014:86) yaitu di gunakan untuk mengukur sikap, persepsi pendapat seseorang terhadap suatu gejala atau kejadian sosial.

Dalam kuisisioner ini di gunakan sklala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert adalah skala yang di rancangan untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan setiap objek yang akan di ukur. Jawaban dari kuisisioner tersebut di beri bobot skor atau nilai sebagai berikut :

Tabel 3.2
Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup setuju	3
Kurang Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012:87).

Instrumen dalam penelitian ini di uji dengan uji instrumen terdiri dari:

3.12.1 Uji validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan mengukur validitas yang dilakukan dengan mengkolerasikan skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidaknya, maka ditetapkan criteria statistik sebagai berikut:

Jika r hitung $> r$ tabel dan nilai positif, maka variabel tersebut valid.

Jika r hitung $< r$ tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

3.12.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel. Jika kuesioner dinyatakan reliabel atau handal maka jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan menguji statistic Cronbach Alpha (α) suatu variabel dikatakan reabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 6,0$.

3.7 Tehnik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam menganalisis data deskriptif dan kuantitatif menggunakan skala pengukuran yang memakai skala likert dimana setiap jawaban yang tersedia diberi bobot nilai yang selanjutnya dilakukan perhitungan skor rata-rata dengan rumus:

$$TCR = \frac{\text{Skor Rata-Rata}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100\%$$

Menurut Martoyo (2010:93), untuk mengetahui Tingkat Capaian Responden, peneliti menggunakan metode *Ranking Method* yang dikemukakan oleh yaitu suatu metode penelitian dengan cara menyusun orang yang dinilai berdasar kan tingkatannya pada beberapa sifat yang dinilai, dalam hal ini dibuat sebuah *Master Scale* yaitu suatu skala pengukuran yang pada umumnya menunjukkan lima tingkatan suatu sifat tertentu, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skor pilihan jawaban responden

Tingkat Capaian Responden (%)	Kriteria
81- 100	Sangat baik
71- 80,99	Baik
61- 70,99	Cukup baik
51- 60,99	Kurang baik
0- 50,99	Tidak Baik

Sumber :Martoyo, 2010

Setelah dilakukan tabulasi terhadap hasil perhitungan masing- masing variabel pada kuesioner yang disebarkan kepada responden maka data-data tersebut dimasukkan atau diproses kedalam program SPSS for windos versi 18.00 dan melihat pengaruh bebas terhadap variabel terikat dan pengaruh masing- masing variabel.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Kemudian untuk dapat mengetahui bahwa model regresi yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan), maka data tersebut akan diuji melalui uji asumsi klasik sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Sugiyono (2010:32) uji normatis bertujuan untuk menguji apakah distribusi data variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi yang terjadi secara normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov* dengan SPSS 18. Kriteria yang digunakan adalah membandingkan nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* dengan nilai alpha 5% sehingga apabila nilai *Asymp. Sig(2-Tailed)* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berasal dari populasi yang terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara beberapa variabel atau semua variabel bebas. Untuk dapat melakukan uji multikolinieritas dalam model regresi penelitian yang dilakukan akan dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Yang dimaksud dengan *Tolerance* ialah mengukur variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) serta menunjukkan multikolinieritas yang tinggi. Nilai yang umum digunakan adalah nilai *tolerance* diatas 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas di gunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidak samaan varians residul dari satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residul dari suatau pengamatan ke pengamatan yang lain tidak tetap, maka di sebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heterokedatisitas dengan melakukan uji scatterplot.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Persamaan regresi untuk empat prediktor adalah dikutip dari teori (Sugiyono, 2010:284):

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

Dimana :

- Y = Perilaku konsumtif
- X1 = Literasi keuangan
- X2 = Gaya hidup
- X3 = Pengendalian diri
- B1, 2 = Koefisien Regresi

3.7.4 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan (X) menerangkan variasi variabel dependen (Y) yaitu. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji t

Pengujian pasial ini menggunakan t- test dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t ini dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan menentukan signifikansi tingkat kepercayaan (α) sebesar 0,05 (5%) maka kriteria untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis adalah sebagai berikut:

Terima H_0 apabila

$$t(\chi/2 : df) < t < t(\chi/2 : df)$$

Tolak H_0 apabila

$$t(\chi/2 : df) > t > t(\chi/2 : df)$$

Ketentuan :

H_0 diterima jika : $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$

H_0 ditolak jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$

Adapun uji hipotesis dapat dirumuskan dalam bentuk nol atau penolakan dengan hipotesis alternatif atau penerimaan.

H_a : diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig \leq Level signifikansi (5%)

artinya ada pengaruh yang signifikan literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

H_0 : diterima bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $sig \geq$ Level signifikan (5%) artinya tidak ada pengaruh yang signifikan literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

3.7.5.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk melihat apakah variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y. Apakah $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_0 ditolak, tapi jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti bahwa secara bersama-sama X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh terhadap Y.

H_0 diterima jika : $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikan 0,05

H_a diterima jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan 0,05

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

H_a Diterima : Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

H_0 Diterima : Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel promosi, sikap, reputasi dan pelayanan akademik tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa memilih Prodi Manajemen.