

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi telah mendorong munculnya berbagai instrument investasi yang semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Salah satu langkah nyata dalam mendukung edukasi dan praktik investasi di kalangan mahasiswa adalah dengan hadirnya **Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI)** di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. GIBEI merupakan hasil kerja sama antara Bursa Efek Indonesia, dengan perguruan tinggi, yang bertujuan untuk mengenalkan pasar modal sejak dini kepada kalangan akademisi. Dengan dukungan fasilitas tersebut, mahasiswa dapat memperoleh informasi pasar terkini, mengikuti pelatihan investasi, serta melakukan praktik investasi secara langsung melalui akun sekuritas.

Namun berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari BAKPK (Badan Akademik Kemahasiswaan Promosi dan Kerjasama) bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah melakukan daftar ulang sebanyak 814. Mahasiswa yang aktif hanya 492 (60%) yang melakukan investasi di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) Fakultas Ekonomi pada saat mengikuti matakuliah manajemen investasi dan Portofolio. Dari 492 tersebut hanya sebanyak 10% (49) mahasiswa yang masih aktif melakukan investasi di GIBEI. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masih rendahnya keputusan investasi mahasiswa.

Faktor pertama atau aspek mendasar yang berpengaruh pada keputusan investasi ialah *Financial Literacy* /literasi keuangan. Literasi keuangan ialah kemampuan individu dalam mengambil keputusan dan mengelola dana yang dimilikinya, yang diawali dengan mengetahui, memahami, meyakini dan terampil dalam mengelola keuangan secara bijak untuk mencapai kesejahteraan masa depan (Nur'Aini *et al.*, 2016). Menurut (Irfayanti, 2017) literasi keuangan dapat dijadikan sebuah alat yang berguna bagi individu untuk mengatur keuangan sehingga jauh dari masalah keuangan. Hasil penelitian oleh (Udayanthi *et al.*, 2018) menemukan bahwasanya literasi keuangan mempengaruhi keputusan investasi. Kemudian (Mujityara & Purwanto, 2021a) menjelaskan bahwasanya mereka yang pemahaman atau pengetahuan tentang keuangannya baik memungkinkan mereka berinvestasi pada saham. Namun bertolak belakang dengan penelitian (Hutami, 2018) yang mendapatkan bahwasanya literasi keuangan mempengaruhi keputusan investasi

Di tengah kondisi ini, mahasiswa sebagai generasi muda dan calon pelaku ekonomi masa depan diuntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk dalam mengambil keputusan investasi yang tepat. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul tantangan baru yang cukup serius, yakni rendahnya tingkat literasi keuangan (*Financial Literacy*) di kalangan mahasiswa. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018) *Financial literacy* atau yang biasa disebut melek keuangan merupakan kemampuan memahami bagaimana uang bekerja, bagaimana seseorang berhasil untuk mendapatkannya, bagaimana orang dapat mengelolanya,

dan bagaimana seseorang dapat menginvestasikannya (mengubahnya menjadi lebih). Pengetahuan keuangan atau *Financial Literacy* sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya (*knowledge and ability*).

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan investasi adalah perilaku konsumtif. Salah satu faktor penting yang turut memengaruhi keputusan seseorang dalam berinvestasi adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau pengeluaran yang bersifat tidak rasional, berlebihan, dan seringkali didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan. Dalam konteks keputusan investasi, perilaku konsumtif dapat menjadi penghambat utama karena alokasi dana yang seharusnya digunakan untuk kegiatan produktif seperti investasi justru dihabiskan untuk konsumsi sesaat (Sampoerno & Asandimitra, 2021).

Fenomena ini kian marak seiring dengan gaya hidup modern yang cenderung hedonistik dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi serta media sosial, yang mempromosikan pola hidup konsumtif. Hal ini terutama terlihat pada generasi muda, yang lebih terdorong untuk membelanjakan pendapatannya pada barang-barang konsumsi seperti fesyen, gadget, atau hiburan, daripada mengalokasikannya untuk investasi jangka panjang. Akibatnya, kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan dan investasi menjadi rendah.

Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat menurunkan kemampuan individu dalam membangun aset dan mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perilaku konsumtif ini memengaruhi keputusan investasi, agar dapat dirumuskan strategi yang tepat

dalam meningkatkan literasi keuangan dan mengarahkan pola pengeluaran masyarakat ke arah yang lebih produktif. .

Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Ketua GIBEI Fakultas Ekonomi, yang menyatakan bahwa partisipasi mahasiswa dalam kegiatan edukasi pasar modal menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. “Antusiasme mahasiswa dalam mengikuti seminar dan pelatihan pasar modal cukup tinggi, Namun, jika dilihat dari jumlah mahasiswa yang benar-benar membuka rekening saham dan rutin berinvestasi, angkanya masih relatif rendah,” ungkapnya

Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan investasi. Hal ini didukung oleh penelitian Lusardi & Mitchell (2014) dalam (Helvira & Hariyanti, 2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi secara rasional.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui dan meneliti terkait dan Perilaku Konsumtif Terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Financial Literacy* dan Perilaku Konsumtif Terhadap keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian”**

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa?

2. Apakah perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa?
3. Apakah *Financial Literacy* dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* terhadap keputusan investasi mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan investasi mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* dan perilaku konsumtif secara simultan terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak yang bersangkutan, adapun manfaat yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang keuangan perilaku (*behavioral finance*), dengan memberikan pemahaman

mengenai hubungan antara literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan keputusan investasi pada kalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis:

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa untuk lebih memahami pentingnya literasi keuangan dan dampak perilaku konsumtif terhadap keputusan investasi mereka.

b. Bagi Dosen dan Civitas Akademika

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kurikulum atau kegiatan edukasi yang bertujuan meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran investasi di kalangan mahasiswa.

c. Bagi Pihak Universitas

Universitas dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai masukan dalam merancang program pembinaan mahasiswa yang mendukung pengelolaan keuangan yang sehat dan investasi yang cerdas sejak usia muda.

3. Manfaat Sosial

Penelitian ini dapat membantu menciptakan generasi muda yang lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi, sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas dalam jangka panjang.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan sebagai acuan untuk membahas permasalahan yang diangkat, kerangka konseptual yang mendasari penelitian serta terdapat penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, instrument penelitian, teknik analisis data, dan uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penjelasan tentang bab ini mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan beserta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Penjelasan tentang bab ini mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang bermanfaat untuk berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2. 1. 1 *Financial Literacy*

Manusia adalah makhluk ekonomi yang dituntut untuk memenuhi kebutuhan demi kelangsungan hidup, salah satunya adalah dengan mengkonsumsi barang dan jasa. Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan(*confidence*) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik (Yani & Cerya, 2024).

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan), kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan yang baik menjadikan individu dapat memilih barang, mengatur keuangan dengan baik dan dapat merencanakan masa depan, serta individu yang memiliki pemahaman akan literasi keuangan akan lebih cerdas memilih dan memeberikan komplain terhadap barang atau jasa yang mereka.

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) yang dimaksud dengan literasi keuangan merupakan pengetahuan, ketrampilan serta keyakinan yang dapat mempengaruhi kualitas seseorang dalam mengambil keputusan berkaitan dengan pengelolaan keuangan agar dapat mencapai kesejahteraan dimasa depan (Tary & Wardhani, 2023) dalam (Wati *et al.*, 2024). Adanya literasi keuangan mampu membantu seseorang dalam menentukan putusan secara tepat serta efektif untuk mengelola keuangannya.

Ariadi dalam penelitian (Ernitawati, Izzati, & Yulianto, 2020) menyebutkan bahwa literasi keuangan biasanya dituangkan dalam parameter ukuran indeks. Literasi keuangan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor – faktor diantaranya (Mengga, Batara, & Rimpung, 2023) dalam (Wati *et al.*, 2024): uang tunai dan pertukaran, manajemen dan perencanaan keuangan, risiko dan penghargaan serta situasi keuangan. Literasi keuangan merupakan pemahaman umum terkait pengelolaan dan sikap mengenai keuangan. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan (Lusardi dan Mitchell, 2007) dalam (Helvira & Hariyanti, 2022). Singkatnya literasi keuangan merupakan pemahaman umum yang harus di miliki oleh masyarakat dalam pengelolaan keuangan agar dapat mencapai kehidupan yang sejahtera.

Menurut Azizah (2020) dalam (Sari *et al.*, 2023) literasi keuangan ialah kompetensi maupun keterampilan yang wajib dimiliki oleh seseorang untuk mengubah taraf hidupnya, dengan cara memahami pengalokasian serta perencanaan sumber daya finansial yang efektif dan akurat. Seseorang yang ingin

memcapai kehidupan yang baik dan berkualitas tentunya harus didasarkan pada pengetahuan keuangan yang baik dalam setiap aktivitas dan pengambilan keputusan di dalam hidupnya. Kurangnya literasi keuangan menyebabkan individu lebih cenderung memiliki masalah dengan hutang (Dilasari, 2020) dalam (Udayanthi *et al.*, 2018).

2.1.1.1 Indikator *Financial Literacy*

Pada penelitian (Islami, 2022) menyebutkan indikator literasi keuangan diantaranya:

1. Pengetahuan keuangan dasar.

Pengetahuan umum keuangan adalah pengetahuan untuk mengelola keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan (Chen dan Volpe, 1998) dalam (Islami, 2022). Pengetahuan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi yang diukur dengan tingkat pengetahuan tentang berbagai konsep keuangan.

2. Simpanan dan pinjaman.

Simpan dan Pinjam merupakan suatu usaha transaksi yang bertujuan untuk menghimpun dana dalam bentuk simpanan/tabungan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pinjaman bagi anggota atau masyarakat yang membutuhkan untuk tujuan produktif dan kesejahteraan sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan dan waktu tertentu terhadap bunga yang telah disepakati Bersama (Islami, 2022)

3. Investasi.

Investasi merupakan suatu kegiatan aktivitas menyimpan atau

menempatkan dana (modal), baik langsung maupun tidak pada periode waktu keuntungan tertentu dengan harapan penyimpanan tersebut dapat menimbulkan sejumlah bagi pemilik modal atau terjadinya peningkatan nilai investasi (Islami, 2022)

2.1.2 perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan dengan tindakan seseorang yang menggunakan uangnya tanpa adanya perencanaan untuk kemudian hari ((Ngampus, 2023)). Perilaku konsumtif banyak terjadi pada semua kalangan terutama pada usia remaja dikarenakan mudah terpengaruh oleh lingkungan dan selalu mengikuti perkembangan dengan cepat. OCBC NISP I *Financial Fitness Index* (FFI) juga menjelaskan bahwa pada tahun 2023 sebanyak 35% anak muda melakukan pengeluaran untuk gaya hidup secara konsumtif termasuk konser, traveling dan belanja berlebihan. Perilaku konsumtif muncul dikarenakan banyak faktor seperti literasi keuangan, gaya hidup, dan pengendalian diri.

Perilaku konsumtif dapat diartikan bentuk dari pembelian produk yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan yang rasional dan biasanya tidak melihat dari adanya kebutuhan individu (Al Arif & Imsar, 2023). Pembelian pada perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat berakibat pada sifat pemborosan karena tidak menyesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuan.

Perilaku konsumtif merupakan suatu kegiatan atau aktivitas individu bersangkutan. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas. Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada

kebutuhannya.(Wibowo & Hidayat, 2023). Menurut Regina. C. M. Chita et. al dalam (Kumalasari & Soesilo, 2019) menyatakan bahwa “Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana”

Menurut Gumulya & Widiastuti dalam (Yudasella & Krisnawati, 2019), Perilaku Konsumtif adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Mengonsumsi barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan sehingga menimbulkan pemborosan dan pengeluaran yang tidak tepat guna. Karena cenderung tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Fattah et. Al 2015) dalam (Yudasella & Krisnawati, 2019).

Menurut Setiaji dalam (Asisi, 2020), bahwa Perilaku Konsumtif merupakan kecenderungan untuk bertindak dengan keinginan untuk membeli dan menggunakan atau menghabiskan barang atau jasa yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan. Keinginan untuk mengonsumsi 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 (Menurut Mowen dalam Asisi 2020:110).

Konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang

sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestige, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan. 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 (Menurut Wahyudi dalam Asisi, 2020)

2.1.2.1 Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator pada perilaku konsumtif menurut Dikria & Minarti dalam ((Elisa, 2022)):

1. Pembelian produk dikarenakan adanya hadiah yang akan didapatkan.

Pemberian hadiah sebagai strategi pemasaran dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut penelitian, hadiah dapat menciptakan pengalaman positif dan memperkuat hubungan merek dengan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi produk, tetapi juga nilai tambah yang ditawarkan, seperti hadiah

2. Pembelian produk melihat kemasannya yang unik.

Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen. Kemasan yang estetik dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan mendorong keputusan pembelian

3. Pembelian produk untuk mempertahankan gengsi.

Konsumen seringkali membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi. Mereka cenderung memilih barang-barang yang dapat menunjang penampilan diri dan memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi . Hal ini sejalan dengan konsep konsumsi mencolok (conspicuous consumption) yang diperkenalkan oleh Thorstein Veblen, di mana individu membeli barang mewah untuk menunjukkan status sosial mereka

4. Pembelian produk dengan melihat harga tidak dari kegunaan atau manfaat produk.

Beberapa konsumen cenderung membeli produk berdasarkan harga, bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya. Mereka mungkin mengasosiasikan harga tinggi dengan kualitas atau status, meskipun produk tersebut tidak memberikan manfaat yang sepadan . Strategi penetapan harga premium (premium pricing) sering digunakan untuk menciptakan persepsi kualitas tinggi dan eksklusivitas

5. Pembelian produk untuk status tertentu.

Konsumen membeli produk tertentu untuk menunjukkan status sosial mereka. Mereka percaya bahwa memiliki produk tertentu dapat meningkatkan citra diri dan diterima dalam kelompok sosial tertentu. Hal ini terkait dengan nilai prestise yang memengaruhi perilaku pembelian merek mewah.

6. Pembelian produk dikarenakan adanya konformitas pada model iklan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam iklan. Mereka percaya bahwa menggunakan produk yang sama dengan idola mereka dapat memberikan pengalaman atau status yang serupa. Iklan yang kreatif dan emosional dapat membentuk persepsi positif terhadap merek dan mendorong keputusan pembelian .i produk tersebut.

7. Memunculkan kepercayaan diri dengan membeli produk mahal.

Konsumen percaya bahwa membeli produk mahal dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka. Penelitian menunjukkan bahwa minat terhadap mode dan produk baru dapat meningkatkan kepercayaan diri, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku pembelian

8. Menggunakan lebih dari satu produk yang sama dari merek yang beragam

Konsumen sering mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda, meskipun produk sebelumnya belum habis digunakan. Hal ini menunjukkan adanya perilaku konsumtif di mana konsumen mencari variasi dan pengalaman baru tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau manfaat produk .

2.1.3 Keputusan Investasi

Pengertian keputusan investasi adalah kebijakan manajemen dalam menggunakan dana perusahaan yang ada pada sebuah aset yang diharapkan akan memberikan keuntungan dimasa yang akan datang (Landang *et al.*, 2021)

Menurut (Mujityara & Purwanto, 2021) definisi investasi sebagai menanamkan uang pada satu ataupun lebih asetnya, yang biasanya bersifat jangka panjang dan berharap memperoleh laba di masa yang datang .Maka

hubungan antara perilaku keuangan dengan literasi keuangan yaitu, semakin banyak individu memperoleh pengetahuan maka dapat mempengaruhi keputusan berinvestasi dalam melakukan investasi. Dan hubungan antara perilaku keuangan dengan efikasi keuangan yaitu, semakin seseorang yakin untuk melakukan investasi maka keputusan investasi dapat efektif. Menurut Christanti & Mahastanti (2011) dalam (Landang *et al.*, 2021) keputusan investasi seorang individu selama inidilihat dari dua sisi yaitu (a) Sejauh mana keputusan dapat memaksimalkan 60 kekayaan (economic), (b) Behavioral motivation (keputusan investasi berdasarkan aspek psikologis investor).

2.1.3.1 Indikator Keputusan Investasi

Menurut Tandellin dalam (Landang *et al.*, 2021) indikator keputusan investasi adalah

(a) *Return* (tingkat pengembalian),

Return adalah hasil yang diperoleh dari suatu investasi, baik dalam bentuk capital gain maupun pendapatan seperti dividen atau bunga. *Return* digunakan sebagai ukuran kinerja suatu aset atau portofolio investasi. Menurut Brigham & Ehrhardt (2017) dalam (Wang, 2024), return terdiri dari dua komponen: return aktual (*realized return*) dan return ekspektasi (*expected return*).

(b) *Risk* (risiko),

Risiko dalam investasi merujuk pada ketidakpastian hasil yang akan datang. Risiko tidak selalu bersifat negatif, melainkan mencerminkan kemungkinan variabilitas return yang diharapkan. Menurut (Markowitz, 1952) dalam teori

portofolio modern, risiko diukur dengan standar deviasi atau varians dari return investasi.

(c) *The Time Factor* (waktu).

Waktu adalah elemen penting dalam keputusan investasi. Konsep nilai waktu dari uang (time value of money) menyatakan bahwa uang yang tersedia saat ini lebih berharga dibandingkan jumlah yang sama di masa depan karena potensi pengembalian (*interest, investment gain*).

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Nama peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	(Ciakrawinata, 2022)	<i>Financial Literacy</i> Financial behavior perilaku konsumtif	Kuantitatif	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumtif mahasiswa dan alumni UKP asal Kota Tarakan. financial behavior berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumtif mahasiswa dan alumni UKP asal Kota Tarakan.
2	(Wati <i>et al.</i> , 2024)	Literasi Keuangan Gaya Hidup Pengendalian Diri Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Hasil dari penelitian menyatakan: 1) Literasi keuangan (X1) secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, 2) Gaya hidup (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap perilaku konsumtif, 3) Pengendalian diri (X3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan dengan arah negatif

No	Nama peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				terhadap perilaku konsumtif dan 4) secara simultan variabel literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.
3	(Sari <i>et al.</i> , 2023)	Literasi Keuangan Gaya Hidup Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Secara parsial Literasi Keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Sayriah angkatan 2018-2019. Maka Hipotesis Ha diterima. Secara Simultan Literasi Keuangan dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Manajemen Keuangan Sayriah Angkatan 2018-2019. Maka Hipotesis Ha diterima.
4	(Landang <i>et al.</i> , 2021)	Literasi keuangan, Perilaku keuangan pendapatan keputusan berinvestasi	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan Literasi Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi (Y). Perilaku Keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi (Y). Pendapatan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi (Y). Hasil ini menunjukan bahwa

No	Nama peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				semakin baik Pendapatan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar maka diikuti dengan peningkatan Keputusan Berinvestasi tersebut. Literasi keuangan, perilaku keuangan dan tingkat pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi Mahasiswa Fkultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar,
5	(Mujityara & Purwanto, 2021)	Keputusan investasi keuangan	Kuantitatif	Literasi keuangan berperan dalam keputusan investasi keuangan mahasiswa.Efikasi keuangan tidak memiliki peran dalam keputusan investasi keuangan mahasiswa.Perilaku keuangan berperan dalam keputusan investasi keuangan mahasiswa
6	Wibowo & Hidayat, 2023	Perilaku Keuangan, Gaya Hidup, Financial Attitude Literasi Keuangan Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Dari hasil pengujian diperoleh kesimpulan bahwa variabel perilaku keuangan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan serta variabel terhadap perilaku konsumtif, serta variabel financial attitude dan

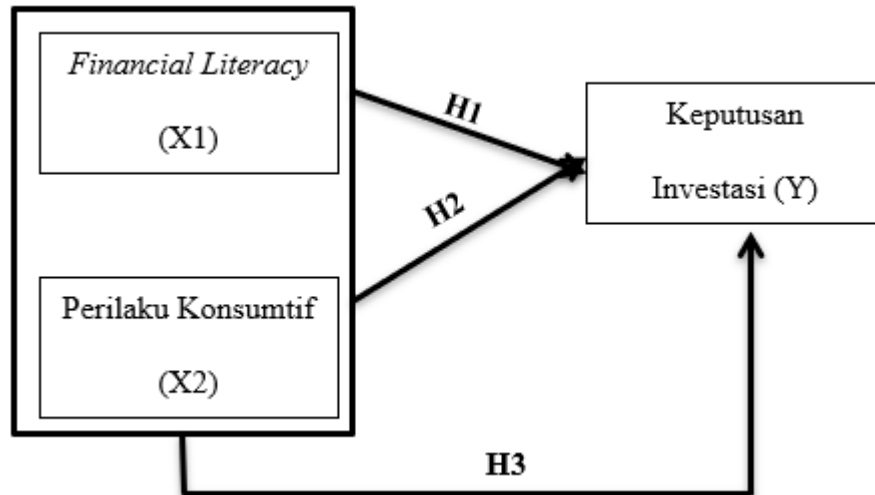
No	Nama peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang.
7	Yani & Cerya, 2024	Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Keputusan Investasi	Kuantitatif	Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, Minat investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui minat investasi sebagai variabel intervening, dan Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui minat investasi sebagai variabel intervening.
8	(Udayanthi et al., 2018)	Literasi keuangan, kualitas pembelajaran, Pengendalian diri, perilaku konsumtif	Kuantitatif	literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, kualitas pembelajaran berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan

No	Nama peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif
9	(Abdullah et al., 2022)	Literasi Keuangan Pengendalian Diri Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Literasi Keuangan berpengaruh signifikan dan berkorelasi negatif terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya semakin baik Literasi Keuangan maka akan semakin rendah Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. Pengendalian Diri berpengaruh signifikan dan berkorelasi negatif terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya semakin baik Pengendalian Diri maka akan semakin rendah Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka
10	(Sampoerno & Asandimitra, 2021)	<i>Financial Literacy</i> , income, hedonism <i>lifestyle</i> , <i>selfcontrol</i> , risk tolerance <i>Financial management Behavior</i>	Kuantitatif	Penelitian ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel <i>Financial Literacy</i> , income, dan risk tolerance terhadap <i>financial management behavior</i> para generasi milenial di Kota Surabaya. Penyebab hal ini adalah mayoritas responden masih mahasiswa dan keterbatasan penelitian yang belum bisa

No	Nama peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				menambahkan variabel-variabel lain seperti niat, dan status sosial. Hasil lain membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel hedonism <i>lifestyle</i> dan <i>self control</i> terhadap variabel <i>financial management behavior</i> para generasi milenial di Kota Surabaya. Hal yang menjadi penyebab ialah generasi milenial dalam kehidupannya masih memiliki tingkat konsumsi yang tinggi, meskipun mereka memiliki kontrol diri yang baik, sehingga hal tersebut berdampak pada perilaku pengelolaan keuangannya

2.2 Kerangka Konseptual

Berikut adalah kerangka pada penelitian ini yaitu:



Gambar 2. 1 Kerangka konseptual

Sumber: Peneliti 2025

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1:dugaan *Financial Literacy* berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

H2:dugaan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

H3:dugaan *Financial Literacy* dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yakni kuantitatif yang bertujuan mendapat hasil penelitian untuk menguji hubungan tertentu antar variabel melalui teori – teori tertentu ((Sugiyono, 2017)). Pendekatan korelasional dilakukan pada penelitian ini yang bertujuan untuk menunjukkan korelasi diantara dua variabel atau lebih dan mengukur seberapa besar korelasi antar variabel tersebut ((Dumadi *et al.*, 2020)). Lokasi pada penelitian berada di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel *Financial Literacy* dan perilaku konsumtif terhadap variabel dependen yaitu keputusan investasi(Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda, dengan teknik tersebut akan dapat di uji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu *Financial Literacy* (X1) dan perilaku konsumtif (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan investasi

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang berjumlah 814 mahasiwa per 2021-2024 yang telah melakukan daftar ulang

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, yang jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dengan mempelajari sifat dasar yang ada dalam sampel kemudian dijadikan generalisasi untuk menjelaskan karakteristik data dari populasi (Sari *et al.*, 2023). Adapun metode yang digunakan purposive sampling yang diartikan sebagai penentuan sampel dengan memberikan kriteria tertentu yang sesuai dengan kehendak dan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2017). Kriteria sampel penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Pasir Pengaraian Fakultas Ekonomi. Rumus slovin digunakan untuk menentukan banyak sampel dengan penentuan taraf kesalahan 10% (0,1) maka diperoleh sampel sebanyak 85 responden.

Karena jumlah populasi terlalu banyak, maka penulis mengambil sampel mahasiswa aktif dengan menggunakan rumus slovin. Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

keterangan:

n= jumlah sampel yang dicari

N= jumlah populasi

e= nilai presisi 10%(0,1)

$$n = \frac{814}{814(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{814}{1 + 814(0.01)}$$

$$n = \frac{814}{9.14}$$

n = 89.05 dibulatkan menjadi 91 mahasiswa.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif (Ciakrawinata, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Financial Literacy* dan perilaku konsumtif terhadap keputusan investasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

3.3.2 Sumber Data

Sumber penelitian ini terdiri dari:

1.Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti (Sari *et al.*, 2023). Dapat juga dikatakan sebagai penelitian lapangan karena peneliti akan memperoleh informasi dari objek yang akan diteliti langsung dari kehidupan nyata yang ada dilapangan yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian sebagai tempat penelitiannya.

2.Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Hartati *et al.*, 2023). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.4 Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden kecil atau sedikit (Hartati *et al.*, 2023). Untuk mewawancarai responden dilakukan dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

2. Metode Angket (Kuesioner)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Hartati *et al.*, 2023). Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono dalam (Hartati *et al.*, 2023) menyatakan bahwa “Skala Likert digunakan untuk mengukur

suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Tanggapan Responden	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (RR)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.5 Defenisi Operasional

Definisi Operasional Variabel adalah suatu yang melekat arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu (Landang *et al.*, 2021). Pengertian operasional variabel diuraikan menjadi indikator empiris meliputi: literasi keuangan (X1), perilaku keuangan (X2) pendapatan (X3) keputusan investasi (Y). selanjutnya, untuk memberi pemahaman dan pengukuran yang baik terhadap variabel-variabel yang diteliti, maka perlu dioperasionalkan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Ringkasan Definisi Operasional

Nama Variabel	Indikator Variabel	Jenis Pengukuran
<i>Financial Literacy</i> literasi keuangan merupakan pengetahuan, ketrampilan serta keyakinan yang dapat mempengaruhi kualitas seseorang dalam mengambil keputusan berkaitan dengan pengelolaan keuangan agar dapat mencapai kesejahteraan dimasa depan ((Yani & Cerya,	1. Pengetahuan keuangan dasar. 2. Simpanan dan pinjaman. 3. Investasi. (Islami, 2022)	Ordinal

2024)

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecendrungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas. Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya.(Wibowo & Hidayat, 2023)

1. Pembelian produk dikarenakan adanya hadiah yang akan didapatkan.
2. Pembelian produk melihat kemasannya yang unik.
3. Pembelian produk untuk mempertahankan gengsi.
4. Pembelian produk dengan melihat harga tidak dari kegunaan atau manfaat produk.
5. Pembelian produk untuk status tertentu.
6. Pembelian produk dikarenakan adanya konformitas pada model iklan dari produk tersebut.
7. Memunculkan kepercayaan diri dengan membeli produk mahal.
8. Menggunakan lebih dari satu produk yang sama dari merek yang beragam

Ordinal

(Elisa, 2022)

1. *Return* (tingkat pengembalian),
2. *Risk* (risiko),
3. *The Time Factor* (waktu).

Tandellin dalam (Landang *et al.*, 2021)

Ordinal

Keputusan Investasi

keputusan investasi adalah kebijakan manajemen dalam menggunakan dana perusahaan yang ada pada sebuah aset yang diharapkan akan memberikan keuntungan dimasa yang akan datang (Landang *et al.*, 2021)

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk menyelesaikan atau mengetahui dari jawaban indikator dari variabel penelitian

Tabel 3. 3 Kisi- Kisi Instrumen Penelitian

No	Nama variabel	Indikator variabel	Pernyataan kuesioner	No butir
1	<i>Financial Literacy</i>	Pengetahuan keuangan dasar.	Saya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam mengelola keuangan	1
		Simpanan dan pinjaman.	Saya memahami manfaat menabung secara rutin di lembaga keuangan resmi dan saya mengetahui risiko yang mungkin timbul dari penggunaan pinjaman atau utang konsumtif.	2
		Investasi.	Saya memahami pentingnya melakukan analisis sebelum mengambil keputusan investasi.	3
2	Perilaku konsumtif	Pembelian produk dikarenakan adanya hadiah yang akan didapatkan.	Saya sering membeli suatu produk karena tergiur oleh hadiah yang ditawarkan.	4
		Pembelian produk melihat kemasannya yang unik.	Kemasan yang unik sering kali membuat saya ingin mencoba suatu produk.	5
		Pembelian produk untuk mempertahankan gengsi.	Saya merasa harus memiliki barang bermerek untuk menjaga citra diri di lingkungan sosial.	6
		Pembelian produk dengan melihat harga tidak dari kegunaan atau	Produk dengan harga tinggi saya anggap lebih bergengsi tanpa mempertimbangkan	7

No	Nama variabel	Indikator variabel	Pernyataan kuesioner	No butir
		manfaat produk.	funksinya	
		Pembelian produk untuk status tertentu.	Saya merasa lebih dihargai ketika menggunakan produk dari merek terkenal.	8
		Pembelian produk dikarenakan adanya konformitas pada model iklan dari produk tersebut.	Saya tertarik membeli produk karena melihat model iklan atau selebriti yang menggunakannya.	9
		Memunculkan kepercayaan diri dengan membeli produk mahal.	Saya merasa lebih percaya diri saat menggunakan produk dengan harga mahal.	10
		Menggunakan lebih dari satu produk yang sama dari merek yang beragam	Saya suka mencoba beberapa merek berbeda meskipun fungsinya sama.	11
3	Keputusan Investasi	<i>Return</i> (tingkat pengembalian),	Saya memilih investasi yang memiliki potensi pengembalian (return) yang tinggi.	12
		<i>Risk</i> (risiko),	Saya menghindari investasi yang memiliki risiko tinggi meskipun menjanjikan keuntungan besar.	13
		<i>The Time Factor</i> (waktu)	Saya memilih investasi berdasarkan jangka waktu yang sesuai dengan tujuan saya.	14

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif mengacu pada metode statistik yang digunakan untuk

menafsirkan data dengan menggambarkan atau mengkarakterisasi data yang dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa maksud untuk memperoleh kesimpulan umum atau generalisasi luas (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini akan menggunakan analisis TCR. Tingkat Capaian Responden (TCR) adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat ketercapaian atau pencapaian dari suatu variabel yang diukur menggunakan kuesioner. Hasilnya dinyatakan dalam bentuk persentase, yang menggambarkan tingkat capaian responden dalam merespons kriteria atau indikator tertentu. TCR digunakan untuk mengevaluasi tingkat preferensi konsumen berdasarkan data kuesioner. Metode ini membantu dalam menentukan kategori tingkat preferensi konsumen berdasarkan skor responden terhadap indikator-indikator variabel penelitian. Rumus yang digunakan dalam TCR adalah:

$$TCR = \frac{Rs}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR : Total Criteria Rating atau Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden

N : Nilai skor jawaban maksimum

Berikut kriteria interpretasi TCR yang umum digunakan:

Tabel 3. 4 Kriteria Interpretasi TCR

Persentase	Interpretasi
------------	--------------

82% - 100%	Sangat Baik
71% - 81%	Baik
61% - 70%	Cukup Baik
41% - 60%	Kurang Baik
0% - 40%	Buruk

Sumber: (Trianto, 2019)

3.7.2 Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian adalah proses evaluasi untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan mampu mengumpulkan data secara akurat dan konsisten sesuai dengan tujuan penelitian. Proses ini mencakup dua aspek utama: validitas dan reliabilitas.

3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut suatu skala pengukuran dapat dikatakan valid apabila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat diukur menggunakan Pearson Corelation. Jika korelasi nilai sig pada alpha sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan skala pengukuran telah valid.

3.7.2.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen penelitian. Metode yang paling umum adalah **Cronbach's Alpha**, yang menunjukkan sejauh mana item-item dalam kuesioner saling konsisten. Nilai alpha di atas 0,6 umumnya dianggap reliabel. Uji reliabilitas lainnya termasuk *Split-Half*, *Test-Retest*, dan Analisis biasanya dilakukan menggunakan *software* statistik seperti SPSS versi 25

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Hartati *et al.*, 2023) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau mendeteksi normal. Untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji Normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Uji Normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data normal

3.7.3.2 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Hartati *et al.*, 2023) Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji Spearman's. Tujuan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian dari residual model regresi. Ketentuan yang digunakan dalam uji Spearman's adalah jika nilai signifikan $> 5\%$ maka tidak terjadi penyimpangan heteroskedastisitas pada variabel bebas yang diteliti.

3.7.3.3 Uji Multikolineritas

Menurut (Hartati *et al.*, 2023) Uji multikolineritas adalah keadaan jika terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolineritas diukur dengan

menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka multikolinearitas tidak terjadi. Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas. Semakin besar kolerasi di antara variabel bebas, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar sehingga standar errornya juga semakin besar.

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Malhotra didalam jurnal (Hartati *et al.*, 2023) analisis regresi merupakan prosedur yang bergerak bebas dalam menganalisa hubungan antara satu variabel terikat, satu atau lebih variabel bebas. Tujuan dari regresi linier berganda untuk mengetahui sebesar apa pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas. Analisis regresi linier berganda dengan menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Investasi (variabel terikat)

a = Konstanta

X1 = *Financial Literacy* (variabel bebas)

X2 = Perilaku Konsumtif (variabel bebas)

b1, b2, = Koefisien regresi setiap variabel bebas

e = Standar error

3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi berada di antara 0-1. Apabila adjusted R square bernilai 1 maka dapat dikatakan bahwa model sepenuhnya cocok dengan data-data

sampel, sedangkan apabila adjusted R square bernilai 0 maka model sama sekali tidak cocok dengan data-data sampel. Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa tinggi model penelitian untuk menerangkan variasi dari variabel bebas. Apabila nilai koefisien determinasi kecil maka kemampuan variabel bebas untuk memperjelas variabel terikat terbatas

3.7.6 Uji Hipotesis

3.7.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro dalam jurnal (Hartati *et al.*, 2023) uji statistik t menguji seberapa jauh suatu variabel penjelas secara individual dapat menerangkan variabel terikat. Pengolahan data akan menggunakan program SPSS. Hipotesis untuk setiap variabel bebas adalah:

Ho = tidak akan berpengaruh signifikan antara variabel bebas (variabel *Financial Literacy*, dan perilaku konsumtif) secara parsial terhadap variabel terikat (keputusan investasi)

H1 = ada pengaruh signifikan antara variabel bebas (variabel *Financial Literacy*, dan perilaku konsumtif) secara parsial terhadap variabel terikat (keputusan investasi)

3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Hartati *et al.*, 2023) uji statistic F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Pengolahan data akan dilakukan menggunakan SPSS. Ketentuan yang akan digunakan adalah jika nilai signifikansi pada uji $F \leq 0,05$, maka Ho ditolak dan H1 diterima, berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan *Financial*

Literacy dan perilaku konsumtif terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi UPP. Apabila nilai signifikan pada uji $F > 0,05$, berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan *Financial Literacy* dan perilaku konsumtif terhadap keputusan investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi UPP.