

**Pengaruh Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bhayangkara Surabaya Untuk Menyusun Skripsi S-1  
Program Studi Ekonomi Pembangunan



Oleh :

DWI FITRIANTO

1812221001/FE/EP

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA

2022

## SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT, LITERASI KEUANGAN  
DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA**

**(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan)**

**Yang diajukan :**

**Dwi Fitrianto**

**1812221001/FE/EP**

**Disetujui untuk ujian skripsi oleh**

**Pembimbing I**



Tanggal : 06 Juli 2022

Dr. Mohammad Balafif, Dr.Ec.,M.Ec.

NIDN : 0015055902

**Pembimbing II**



Tanggal : 06 Juli 2022

Drs. Anggraeni Rahmasari, SE.,MM.

NIDN : 0722037504

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Bhayangkara Surabaya



Drs. Siti Rosyafah, Drs. Ec., M.M.

NIDN. 0703106403

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT, LITERASI KEUANGAN  
DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BHAYANGKARA  
SURABAYA**

(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan)

Disusun oleh :

Dwi Fitrianto

1812221001/FE/EP

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh tim penguji skripsi Program Studi Ilmu  
Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara  
Surabaya

Pada tanggal 20 Juli 2022

**Pembimbing I**



Dr. Mohammad Balafif, Dr.Ec.,M.Ec.  
NIDN :0015055902

**Tim penguji  
Ketua**



Enny Jatanti, SE.,M.Si  
NIDN : 211000138

**Pembimbing II**



Drs. Anggraeni Rahmasari, SE.,MM.  
NIDN : 0722037504

**Sekretaris**



Arief Rahman, SE., M.SI  
NIDN : 22000111

**Anggota**



Dr. Mohammad Balafif, Dr.Ec.,M.Ec  
NIDN :0015055902

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Bhayangkara Surabaya



Drs.Siti Rosyafah.Drs. Ec.,M.M.  
NIDN. 0703106403

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Fitrianto  
Tempat Tanggal Lahir : Surabaya, 08 Maret 1995  
NIM : 1812221001  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Alamat Rmuah : Tengglis Kauman 2B No 4  
Nomor Telpn/Hp : 082231378776

Menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul :

**Pengaruh Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan)** adalah hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan oleh orang lain, kecuali pada bagian tertentu saya ambil sebagai acuan. Apabila ternyata terbukti pernyataan ini tidak benar, maka akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun serta dengan penuh rasa tanggung jawab atas segala akibat dan hukumanya.

Surabaya, 20 Juli 2022



Dwi Fitrianto

NIM : 1812221001

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas kehadiran ALLAH SWT atau segala nikmat dari karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh penggunaan digital payment, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi ekonomi dan studi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya (Studi kasus mahasiswa program studi ekonomi pembangunan)**”.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Pembangunan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari beberapa pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat menyelesaikan.
2. Kedua orang tua saya. Bapak Mulyadi dan ibu Jaerah yang telah memberikan semangat do'a dan dukungan baik berupa moral maupun material selama ini.
3. Brigjen Pol (Purna) Dr Edy Prawoto, SH., M. Hum. Sebagai Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya dan Wakil Rektor serta seluruh jajarannya.
4. Bapak Dr. Mohammad Balafif, Drs.Ec.,M.Ec. selaku ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
5. Dr. Mohammad Balafif, Drs.Ec.,M.Ec selaku dosen pembimbing I dan Drs. Anggraeni Rahmasari. SE.,MM. selaku pembimbing II yang telah

meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, petunjuk dalam penyusunan skripsi.

6. Selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, namun tidak mengurangi rasa hormat saya, yang telah memberikan banyak ilmu dan mendidik dengan penuh kesabaran.
7. Kaka aku mas Eko Susilo yang memberikan banyak saran dan masukan selama pengerjaan skripsi, dan tidak pelit saat penulis meminta tolong untuk membantu membuat kesimpulan.
8. Seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ekonomi Pembangunan angkatan 2018 khususnya kelas malam, yang telah memberikan pengalaman, semangat, dan dukungan selama perkuliahan.
10. Dan semua teman/saudara baik secara langsung maupun tidak langsung yang membantu dan memberi semangat penulis dalam menyusun skripsi ini.

Demikian ucapan terima kasih yang saya sampaikan kepada orang-orang yang membantu dalam penyusunan skripsi. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati, penulis berharap semoga keketugan yang ada pada skripsi dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik.

Surabaya, 13 Juli 2022

Penulis

Dwi Fitrianto

NIM. 1812221001

## ABSTRAK

**PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN STUDI PEMBANGUNAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA  
(Studi kasus mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan)**

Dwi Fitrianto

**Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bhayangkara Surabaya**

Perkembangan zaman yang semakin modern diikuti oleh teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis dengan kebutuhan yang semakin meningkat dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. 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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan digital payment, literasi keuangan dan gaya hidup baik secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian sebanyak 110 mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Pembangunan. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel sensus/sampling jenuh. Pengujian data menggunakan Uji Normalitas, Uji Reliabilitas, Uji Validitas, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji R Square, Variabel Dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel digital payment, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap perilaku konsumtif. Variabel penggunaan digital payment berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya adalah variabel gaya hidup

Kata Kunci : Penggunaan *Digital Payment*, Literasi keuangan, Gaya hidup dan Perilaku Konsumtif

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF THE USE OF DIGITAL PAYMENT, FINANCIAL LITERATURE AND LIFESTYLE ON THE CONSUMPTION BEHAVIOR OF STUDENTS OF ECONOMIC SCIENCE STUDY PROGRAM AND DEVELOPMENT STUDIES FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS BHAYANGKARA UNIVERSITY SURABAYA (Case study of Development Economics Study Program students)**

Dwi Fitrianto

**Development Economics Study Program, Faculty of Economics and Business,  
Bhayangkara University, Surabaya**

The development of an increasingly modern era is followed by rapidly developing technology and dynamic human life with increasing needs that can affect people's consumption behavior. The consumption behavior pattern of today's society has shifted, from just fulfilling primary needs, developing into fulfilling secondary, tertiary and even complementary needs and tends to be consumptive. This study aims to determine the effect of using digital payments, financial literacy and lifestyle both partially and simultaneously on the consumptive behavior of students from the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Surabaya. This study uses quantitative methods, data collection using a questionnaire. The population in the study was 110 active students of the Development Economics Study Program. By using the census sampling technique / saturated sampling. Testing the data using the Normality Test, Reliability Test, Validity Test, Multiple Linear Regression, T Test, R Square Test, Dominant Variable. The results showed that the variables of digital payment, financial literacy and lifestyle had a joint or simultaneous effect on consumptive behavior. Financial literacy variable has no influence and is not significant on consumptive behavior. Lifestyle variables have a positive and significant effect on consumptive behavior. The variable that has the dominant influence on the consumptive behavior of the students of the Development Economics Study Program, Bhayangkara University, Surabaya is the lifestyle variable

**Keywords:** Use of digital payment, financial literacy, lifestyle and consumptive behavior

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGUJIAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	9
1.3    Tujuan Penelitin .....	10
1.4    Manfaat Peneitian .....	11
1.5    Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1    Penelitian Terdahulu .....	14
2.2    Landasan Teori .....	18
2.2.1. Digital Payment .....	18
2.2.2. Literasi Keuangan .....	19
2.2.3. Gaya Hidup .....	23
2.2.4. Perilaku Konsumtif .....	27
2.2.5. Hubungan Antar Variabel.....	57
2.3    Kerangka Konsep .....	62
2.4    Hipotesis .....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>65</b>
3.1    Kerangka Proses Berfikir.....	65

3.2	Definisi Operasional dan Pengeluaran Variabel .....	67
3.2.1	Definisi Operasional.....	67
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	69
3.3	Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	72
3.3.1	Teknik Penentuan Populasi.....	72
3.3.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	72
3.4	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	73
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	73
3.5.1	Jenis Data .....	74
3.5.2	Pengumpulan Data .....	74
3.6	Pengujian Data .....	75
3.6.1	Uji Reliabilitas .....	75
3.6.2	Uji Validitas .....	76
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	76
3.7	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	78
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
3.7.2	Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F) .....	79
3.7.3	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T).....	79
3.7.4	Analisis Koefisien Determinasi (R square) .....	80
3.7.5	Melihat Pengaruh Dominan .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>82</b>
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	82
4.2	Data dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	86
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	86
a.	Tahun Angkatan .....	86
b	Jenis Kelamin .....	87
c.	Kelas Mahasiswa .....	88
4.2.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	89
a.	Deskripsi <i>Digital Payment</i> (X <sub>1</sub> ) .....	89
b.	Literasi Keuangan (X <sub>2</sub> ) .....	90
c.	Deskripsi Gaya Hidup (X <sub>3</sub> ) .....	91

d. Deskripsi Perilaku Konsumtif (Y) .....	92
4.3 Analisis Hasil Penelitian dan Uji Hipotesis .....	93
4.3.1. Uji Normalitas .....	93
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas .....	95
4.3.3 Uji Multikolinearitas .....	95
4.3.4. Uji Reliabilitas .....	96
4.3.5 Uji Validitas .....	97
4.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	99
4.3.7 Uji Simultan (F) .....	101
4.3.8 Uji Parsial (Uji T) .....	102
4.3.9. Analisis Koefisien Diterminasi Simultan (R <sup>2</sup> ) .....	104
4.3.10. Menentukan Pengaruh Dominan .....	104
4.4 Pembahasan .....	106
4.4.1 Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif .....	106
4.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif .....	107
4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif .....	109
4.4.4 Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan Terhadap Perilaku Konsumtif .....	110
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	112
5.1 Simpulan .....	112
5.2 Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penggunaan Layanan Digital di Indonesia.....	3
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual .....	63
Gambar 3. 1	Kerangka Proses Berfikir .....	65
Gambar 4. 1	Program Akademik UBHARA.....	83
Gambar 4. 2	Program Akademik UBHARA.....	83
Gambar 4. 3	Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	87
Gambar 4. 4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	88
Gambar 4. 5	Jumlah Responden Berdasarkan Kelas Mahasiswa.....	89
Gambar 4. 6	Grafik Normal P-Plots .....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Rating Jawaban Kuesioner .....	70
Tabel 3. 2	Desain Instrumen Penelitian.....	71
Tabel 3. 3	Tahun Kuliah .....	72
Tabel 4. 1	Deskripsi Penggunaan <i>Digital Payment</i> .....	90
Tabel 4. 2	Deskripsi Literasi Keuangan .....	90
Tabel 4. 3	Deskripsi Gaya Hidup .....	92
Tabel 4. 4	Deskripsi Perilaku Konsumtif .....	92
Tabel 4. 5	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....	94
Tabel 4. 6	Uji Heteroskedastisitas .....	95
Tabel 4. 7	Uji Multikolinearitas .....	95
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas .....	96
Tabel 4. 9	Uji Validitas <i>Digital Payment</i> .....	97
Tabel 4. 10	Uji Validitas Literasi Keuangan .....	98
Tabel 4. 11	Uji Validitas Gaya Hidup .....	98
Tabel 4. 12	Uji Validitas Perilaku Konsumtif .....	99
Tabel 4. 13	Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
Tabel 4. 14	UJI F .....	101
Tabel 4. 15	UJI T .....	102
Tabel 4. 16	Analisis Koefisien Determinasi .....	104
Tabel 4. 17	Menentukan Pengaruh Dominan .....	105

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

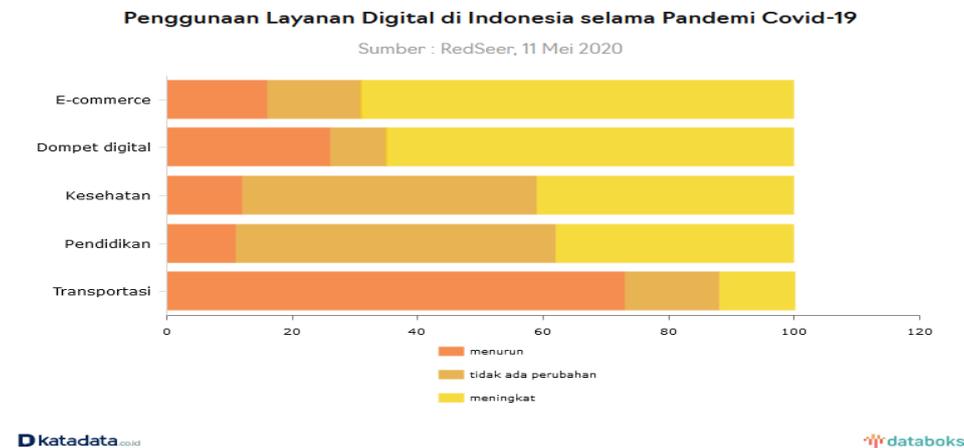
Perkembangan zaman yang semakin modern diikuti oleh teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis dengan kebutuhan yang semakin meningkat dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif. Menurut Sunarto (2018) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. 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.

Menurut Effendi (2018) perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar pada gaya hidup mahasiswa, gaya hidup konsumtif sebuah perilaku boros, dimana perilaku tersebut mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang mendahulukan keinginan semata daripada kebutuhan dengan tidak menggunakan skala prioritas. Perilaku konsumtif ini juga bisa disebut dengan

kehidupan bermewa-mewah yang kemudian akan berimbas kepada pembentukan sikap atau perilaku individu yang tidak puas dalam setiap kebutuhan dan keinginannya

Di era globalisasi industri digital juga terus memperlihatkan perkembangannya, dampak kemajuan *fintech* menghadirkan inovasi pembayaran digital atau yang lebih dikenal dengan *Digital Payment*. Menurut Saputra (2019), *digital payment* atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan *dompot elektronik*. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar. *Digital payment* yang berkembang jenisnya pun beragam seperti *e-money*, *e-wallet* dan sebagainya. *digital payment* di Indonesia memudahkan ditengah kesibukan aktivitas sehari-hari. Segala keperluan masyarakat Indonesia tidak dipungkiri akan terus bertambah dan bermacam ragamnya. Dalam segi transaksi kecil hingga transaksi besar-besaran dalam memenuhi segala kebutuhan demi kesejahteraan hidup.

Berdasarkan data statistik Bank Indonesia (BI), volume dan nilai transaksi uang elektronik menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sejak akhir Desember 2020, total nominal transaksi Rp 22,135 triliun atau naik dengan 58,6% melaju hingga akhir Desember 2021 dengan transaksi mencapai total nominal Rp 35,100 triliun (Bank Indonesia, 2021). Data ini menunjukkan bahwa uang elektronik sudah banyak digunakan di Indonesia.



Sumber :Redseer (2020)

### **Gambar 1.1** **Penggunaan Layanan Digital di Indonesia**

Berdasarkan data dari Redseer (2020) penggunaan sejumlah layanan digital di Indonesia mengalami peningkatan selama masa pandemi Covid-19 ini. Diposisi pertama diduduki oleh *e-commerce* dan posisi kedua ditempati oleh *domet digital* yang mengalami kenaikan sebesar 65%. Hal ini membuktikan bahwa *domet digital* semakin pilihan bagi masyarakat Indonesia dalam bertransaksi.

Mahasiswa adalah salah satu agen transformasi, secara tidak langsung jadi aktor perubahan. Mahasiswa menempati lapisan elit adalah sebagai kalangan terpelajar yang bisa menampilkan statusnya lewat *style* hidup tertentu. Perubahan *style* hidup pada mahasiswa juga berkaitan erat dengan pertumbuhan zaman dan teknologi serta zaman yang semakin berkembang serta canggih yang sudah menghasilkan perkembangan serta penerapan *style* hidup semacam *style*

berpakaian, *style* berbicara, *style* berbahasa, ataupun *style* hidup yang konsumtif dalam kehidupan sehari-hari ( Handoyo, 2014).

Menurut Trimartati (2014), gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggih teknologinya, maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencoba hal yang baru. Dimana seseorang lebih mengutamakan kesenangan hidup dari pada mencoba hal yang baru (Putrianti,2015). Pemaknaan Gaya Hidup adalah persamaan status kehormatan yang lebih dimaknai pada kegiatan konsumsi dengan pola yang sama sehingga seorang individu dapat menunjukkan status sosialnya saat berada didalam kelompok sosialnya (Yunaz, 2020).

Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya dianggap telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait ilmu ekonomi mengenai pengelolaan keuangan, waktu dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, seharusnya mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya mampu bersikap positif dalam perilaku konsumsinya.

Wawancara yang telah dilakukan terhadap mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya yang sudah menggunakan aplikasi *digital payment*, mengungkapkan tiga alasan menggunakan *digital payment* yaitu promo yang ditawarkan, kenyamanan dalam bertransaksi, dan

kemudahan dalam pengoperasiannya, disisi lain penggunaan sistem *digital payment* rawan terhadap aksi peretasan (*hacking*) oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Selanjutnya peneliti melakukan pengamatan tentang perilaku konsumsi mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Beberapa mahasiswa terlihat melakukan kegiatan konsumsi, seperti membeli memesan makanan secara online dan jasa antar jemput pada transportasi *online* yang mengantarkan barang maupun makanan ke dalam lingkungan kampus Universitas Bhayangkara Surabaya. Selain itu, peneliti melakukan dialog dengan beberapa mahasiswa mengenai konsumsi sehari-hari mereka di luar kampus, seperti membeli barang-barang pada toko *online* maupun *merchant-merchant*. Dalam melakukan kedua kegiatan konsumsi diatas diketahui pula bahwa beberapa menggunakan *digital payment* jenis *Go-Pay* sebagai *trend* alat pembayaran digital masa kini. Kemudahan pembayaran menggunakan *digital paymnet* dan promosi potongan harga yang ditawarkan tidak menutup kemungkinan akan membuat kegiatan konsumsi mahasiswa meningkat dan dampak yang ditimbulkan dapat memicu pada perubahan perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi

Selanjutnya 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 (Nurlatifah, 2014). 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.

Setiap mahasiswa memiliki pengelolaan keuangan yang berbeda dengan keaneka ragam latar belakang pada masing-masing individu. Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya selama ini sudah mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi dan keuangan. Literasi keuangan yang lebih baik seharusnya ditunjukkan dengan perilaku berbeda dengan mahasiswa yang tidak menekuni bidang ekonomi dan keuangan. Keuangan yang dikelola dengan baik oleh mahasiswa dengan menabung atau menginvestasikan dari uang yang disisihkan, misalnya sebagai modal untuk berwirausaha. Sehingga pentingnya literasi keuangan diketahui dan diterapkan oleh mahasiswa agar pandai mengelola keuangan dan hidup sejahtera dimasa yang akan datang.

Berdasarkan pengamatan awal tidak sedikit mahasiswa yang sulit dalam pengelolaan keuangannya karena menuruti gaya hidupnya. Ajakan dari teman-teman untuk membeli sesuatu atau karena ada promo barang tertentu yang ingin dibeli yang membuat uang yang dimiliki habis sebelum waktunya. Pengetahuan keuangan seperti literasi keuangan yang notabene dipelajari pada beberapa mata kuliah serta dipelajari dari organisasi-organisasi yang diikuti sebenarnya dapat saja menjadi dasar dalam mengelola keuangannya. Pada prakteknya tidak jarang pengetahuan tersebut tidak digunakan dengan baik. Sementara itu, ada pula yang

berusaha untuk menggunakan pengetahuan tersebut untuk pengelolaan keuangannya.

Selain literasi keuangan, gaya hidup juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Gaya hidup bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah tergantung keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup dapat dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain sebagainya. Menurut Susanto (2013), gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang yang dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar. Gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seorang dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut Trimartati, (2014) pengaruh gaya hidup yang hedonisme begitu nyata dikalangan masyarakat terutama mahasiswa. Mahasiswa menggambarkan generasi penerus bangsa yang masih menghadapi krisis identitas dalam mencari jati diri, mahasiswa akan mulai mengidentifikasi diri mereka melalui lingkungan sekitar. Pada umumnya gaya hidup mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya lebih suka nongkrong di café, lebih suka berbelanja keinginan mereka tanpa mempertimbangkan manfaat dari apa yang mereka beli. Para mahasiswa berkegiatan di mall dengan berbagai kegiatan yang dilakukan seperti berbelanja barang atau produk yang menunjang penampilan

misalnya tas, baju, sepatu, menonton film baru dibioskop atau bisa jadi nongkrong dicafe. Menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangan semata tanpa memikirkan hal itu menjadi kebutuhannya atau tidak.

Dari beberapa hal di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya, gaya hidup seorang bisa cepat berubah dan tidak permanen. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Intinya, perubahan gaya hidup akan mengubah pola konsumsi seseorang.

Keputusan yang tepat didasari oleh pemikiran bahwa suatu barang dan jasa dibeli dan diperhitungkan secara rasional, sesuai kebutuhan, harganya sesuai dengan kemampuan, dan sesuai dengan takaran. Berdasarkan pengamatan peneliti, mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhyangkara Surabaya belum mampu mengelola atau mengatur keuangannya, belum cermat dalam memilih kebutuhan cenderung membeli berdasarkan keinginan mereka sendiri bukan berdasarkan kebutuhan, hal ini diperkuat dengan peneliti mewancarai atau bertanya kepada sekumpulan mahasiswa aktif angkatan 2018 dan hasil wawancara peneliti bersama mahasiswa tersebut menurut dia banyak diantaranya tidak dapat diterima di lingkungan sosialnya, untuk membuat standart hidup yang sama dengan orang sekelilingnya. Mahasiswa sebagai konsumen memutuskan menggunakan uang untuk membeli dan menggunakan suatu barang dan jasa tidak didasari oleh pertimbangan bahwa barang dan jasa yang dibeli dapat memenuhi kebutuhannya, apalagi saat ini cara belanja sangat dipermudah

dengan adanya internet dan toko-toko *Online Shop* sehingga seseorang tidak perlu keluar rumah untuk mengelilingi toko untuk mencari barang yang diinginkannya dengan berbelanja secara Online. Berdasarkan data yang penulis peroleh di Program Studi Ekonomi Pembangunan, penulis masih menemukan gejala-gejala sebagai berikut:

1. Masih banyaknya mahasiswa membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan bukan kebutuhan
2. Masih banyak mahasiswa yang tidak mempertimbangkan manfaat, kegunaan, resiko pada barang atau jasa yang dibeli
3. Masih banyaknya mahasiswa yang hanya membeli produk untuk mencoba produk baru

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “ **Pengaruh Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Apakah Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya?

2. Apakah Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya?
3. Manakah diantara *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup yang berpengaruh dominan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis manakah diantara penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup yang berpengaruh dominan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan

Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Selain dari tujuan penelitian, terdapat manfaat dari penelitian ini, yaitu :

##### 1. Bagi Peneliti

Mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Strata-1 Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

##### 2. Bagi Pembaca

Mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Strata-1 Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya yang ditinjau dari variabel: Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup

##### 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**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dari penelitian ini secara singkat.

## **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Pada bab ini membahas tentang tinjauan pustaka yaitu membahas tentang penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yang berfungsi sebagai acara dalam penelitian ini. Kemudian, landasan teori dari variabel yang akan digunakan dalam penelitian, selain itu juga membahas teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar bahan penelitian ini. Dan yang terakhir hipotesis, yaitu berisi tentang prediksi sementara mengenai rumusan masalah dengan penelitian terdahulu dan dengan teori yang ada, sehingga hipotesis yang disusun menjadi pertanyaan sementara yang akan menjawab rumusan masalah.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini terdiri dari cara dan jenis data penelitian, kemudian definisi operasional yaitu membahas definisi setiap variabel, dan yang terakhir adalah metode analisis data yaitu menjelaskan model yang akan dipilih serta menjelaskan hipotesisnya.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menguraikan analisis deskriptif, data dan deskriptif hasil penelitian, analisis hasil penelitian dan pembahasan

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang diperoleh secara ringkas dan memberikan saran dari penelitian tersebut

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan mengenai pengaruh dengan variabel Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa telah banyak dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut banyak memberikan masukan serta kontribusi tambahan bagi penelitian selanjutnya maupun Universitas. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti selama melakukan penelitian.

##### **1. Rianti Hikmah Ramadhani (2019)**

Penelitian ini menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara tentu dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal mahasiswa. Tinggi rendahnya perilaku konsumtif mahasiswa dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Adapun objek penelitian ini yaitu mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara, dengan populasi tidak diketahui. Sampel penelitian ini berjumlah 81 orang responden ditentukan dengan rumus Supramono. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, Literasi Keuangan, Elektronik Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri, secara serempak, berpengaruh signifikan pada  $\alpha = 0,05$  terhadap

Perilaku Konsumtif. Secara persial, pada  $\alpha = 0,05$  variabel Literasi Keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan variabel Elektronik Money dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

## **2. Angelina Parede (2020)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Elektronik Money, Kartu Debit, Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun objek penelitian ini yaitu mahasiswa aktif stambuk 2016-2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dengan populasi tidak diketahui. Sampel penelitian ini berjumlah 96 orang responden ditentukan dengan rumus Isaac Michael. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Elektronik Money, Kartu Debit, Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, secara persial, pada  $\alpha = 0,05$  variabel Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan variabel Elektronik Money, Kartu Debit, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

## **3. Siti Erna Purnama Wati (2020)**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan

metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan vertifikatif. Teknik pengambilan sampel adalah nonprobability sampling dengan pemilihan sampel menggunakan accidental sampling sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan *SPSS 20 for Windows*. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

**Tabel 2. 1**  
**Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang**

No	Nama	Rianti Hikmah Ramadhani (2019)	Angelina Parede (2020)	Siti Erna Purnama Wati (2020)	Dwi Fitrianto (2022)
1	Judul	Pengaruh Literasi Keuangan, Electonic Money, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara.	Pengaruh Penggunaan Elektonic Money, Kartu Debit, Literasi Keuangan, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara	Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan , dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya
2	Persamaan	X2 : Literasi Keuangan X3 : Gaya Hidup Y : Perilaku Konsumtif Mahasiswa	X1 :Literasi Keuangan Y : Perilaku Konsumtif Mahasiswa	X1 : Digital Payment Y :Perilaku Konsumtif Mahasiswa	X1 : Digital Payment X2 : Literasi Keuangan X3 : Gaya Hidup Y : Perilaku Konsumtif Mahasiswa
3	Perbedaan	X2 : Elektronik Money X4 : Kontrol Diri	X1: Elektronik Money X2: Kartu Debit X4 :Stastus Sosial Orang tua	-	-
4	Obyek	Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara	Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara	Mahasiswa Unversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya

Sumber : Peneliti (2022)

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1. Digital Payment**

#### **a. Pengertian penggunaan *Digital Payment***

Dalam Kamus Besar Bahasa Indoensia, penggunaan memiliki arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian. Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Menurut Ardianto (2016) dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa*, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.

Menurut Saputra (2019), *digital payment* atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan dompet elektronik. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar.

Menurut Bank Indonesia (2016), *digital payment* merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran yang dirancang untuk menawarkan kecepatan, kemudahan penggunaan, efisiensi, efektivitas, transparansi, dan aksesibilitas kepada pelanggan .

#### **b. Indikator Digital Payment**

Adapun indikator-indikator *digital payment* Nanik Linawati (2018) yaitu :

##### *1. Perceived Ease of Use*

2. *Perceived Usefulness*

3. *Perceived Credibility*

4. *Social Influence*

5. *Behavioral Intention*

### **2.2.2. Literasi Keuangan**

#### **a. Pengertian Literasi Keuangan**

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013), yaitu sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik

Menurut Nurlatifah (2014), 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.

Menurut *Program for International Student Assessment PISA* (2012) dalam Ivada (2013), literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being* (kesejahteraan keuangan dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi).

Berdasarkan beberapa uraian yang telah disebutkan, dapat diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk melakukan proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*Knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) masyarakat agar mereka mampu

mengelola keuangan pribadi dengan lebih agar terhindar dari masalah keuangan dalam berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi.

### **b. Manfaat Literasi Keuangan**

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dikutip dalam Setiawaa (2018), menjelaskan bahwa dengan meningkatnya tingkat literasi keuangan maka akan membuat konsumen atau masyarakat memiliki kemampuan dalam menentukan produk dan jasa layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang akan membantu meningkatkan taraf hidup dan kondisi keuangan menjadi lebih baik (*financially Being*).

Hampir disemua negara memberikan perhatian yang sangat besar pada peningkatan literasi keuangan masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat penggunaan keuangan masyarakat. Menurut Setiawan (2018), adapun manfaat Literasi Keuangan adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Individu, manfaatnya dapat meningkatkan pemahaman tentang produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan formal dan terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.
- b. Bagi Lembaga Keuangan, manfaatnya untuk meningkatkan kompetisi atau tingkat persaingan yang sehat antara lembaga keuangan.
- c. Bagi Negara, manfaatnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan, dan meningkatkan stabilitas sistem keuangan.

### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Literasi Keuangan:**

Terdapat tiga hal yang mempengaruhi literasi keuangan Lusardi (2010) yakni:

a. *Sosiodemografi*

Terdapat perbedaan pemahaman antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dianggap memiliki kemampuan literasi keuangan lebih tinggi dibandingkan perempuan, begitu juga dengan kemampuan kognitifnya.

b. Latar Belakang Keluarga

Pendidikan seorang ibu dalam keluarga berpengaruh kuat pada literasi keuangan, khususnya ibu yang lulus pada perguruan tinggi. Mereka unggul 19% dibandingkan lulusan sekolah menengah.

c. Kelompok Pertemanan (*peer group*)

Suatu kelompok atau komunitas seseorang akan mempengaruhi literasi keuangan seseorang, pola konsumsi dan penggunaan uang yang ada.

**d. Indikator Literasi Keuangan**

Menurut Mitchell (2007) *Financial Literacy* mencakup empat indikator literasi keuangan, yaitu:

1. Pengetahuan umum keuangan

Pengetahuan tentang keuangan mencakup pengetahuan keuangan pribadi, yakni bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta memahami konsep dasar keuangan. Konsep dasar keuangan tersebut mencakup perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, pengaruh inflasi, *opportunity cost*, nilai waktu uang, likuiditas suatu aset, dan lain-lain.

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. Dalam hal ini, setiap individu juga diarahkan bagaimana menyusun anggaran dan membuat prioritas penggunaan dana yang tepat sasaran.

### 3. Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi

Tabungan merupakan akumulasi dana berlebih yang diperoleh dengan sengaja mengonsumsi 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, yaitu: tingkat pengembalian (persentase kenaikan tabungan), inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas (kemudahan dalam menarik dana jangka pendek tanpa kerugian atau dibebani *fee*), keamanan (ada tidaknya proteksi terhadap kehilangan uang jika bank mengalami kesulitan keuangan), dan pembatasan-pembatasan dari *fee*, yaitu penundaan atas pembayaran bunga yang dimasukkan dalam rekening dan pembebanan *fee* suatu transaksi tertentu untuk penarikan deposito.

### 3. Pengetahuan mengenai risiko

Cara menangani suatu risiko akan berpengaruh terhadap keamanan finansial. 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 beresiko. Literasi keuangan sangat diperlukan dalam memilih asuransi aset sebagai pengelola risiko tersebut dan menghindari risiko tambahan yang mungkin akan terjadi.

### **2.2.3. Gaya Hidup**

#### **a. Pengertian Gaya Hidup**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), gaya hidup adalah pola dari tingkah laku setiap harinya dari sekelompok manusia. Dilihat dari hal ekonomi, gaya hidup merupakan sesuatu perilaku yang dimiliki seseorang untuk membelanjakan hasil pendapatannya dan bentuk pengelolaan dari keuangan orang tersebut.

Menurut Susanto (2013), gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang yang dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Menurut Sumarwan (2012), gaya hidup merupakan suatu cara yang dapat menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Setiap individu memiliki gaya hidup yang berbeda meskipun berasal dari lingkungan yang sama. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal yaitu faktor kepribadian dan faktor lingkungan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan pada perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya namun bukan atas dasar kebutuhan tetapi atas dasar keinginan untuk bermewah-mewahan atau berlebihan-lebihan.

## **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Menurut Susanto (2013) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (*internal*) dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut :

### **a. Sikap**

Sikap bisa dipahami sebagai cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan jiwa dan pikirannya yang dipengaruhi oleh pengalaman dan dipengaruhi oleh tradisi kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

### **b. Pengalaman dan Pengamatan**

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

### **c. Kepribadian**

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Kepribadian berubah dari waktu, sehingga hal itu sangat penting untuk diamati karena mempengaruhi *buying behavior* dari seseorang konsumen.

d. Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri amat berhubungan dengan *image* mereka, cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu objek termasuk juga suatu produk.

e. Motif

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

f. Persepsi

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

Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Faktor-faktor ini sangat juga mempengaruhi pembentuk gaya hidup. Faktor eksternal dijelaskan sabagai berikut :

a. Kelompok *referensi*

Kelompok *referensi* adalah kelompok orang-orang yang dianggap mampu dan memiliki pengetahuan untuk memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang, pengaruh yang diberikan bisa bersifat langsung dan tidak langsung, masukan dari kelompok *referensi* bisa mempengaruhi

persepsi seseorang terhadap suatu produk sehingga akhirnya membentuk gaya hidupnya.

b. Keluarga

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

c. Kelas Sosial

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

d. Kebudayaan

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

**c. Indikator Gaya Hidup**

Menurut Mandey & L (2009) Terdapat 3 (tiga) indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

### 1. Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

### 2. Minat (*Interest*)

Minat objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

### 3. Opini (*Opinion*)

Pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal moral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

## **2.2.4. Perilaku Konsumtif**

### **a. Pengertian Konsumsi**

Menurut Fardani (2004), konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik

kebutuhan pokok, sekunder, barang mewah, maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Konsumsi dalam pengertian umum berarti memakai barang-barang hasil produksi. Menurut istilah ekonomi, konsumsi berarti kegiatan menggunakan, memakai, atau menghasilkan barang dengan maksud memenuhi kebutuhan. Faktor yang sangat menentukan terhadap besar kecilnya jumlah pengeluaran untuk konsumsi adalah pendapatan. Semakin besar pendapatan semakin besar pula pengeluaran.

Menurut Mankiw (2013), konsumsi merupakan pembelanjaan rumah tangga untuk barang dan jasa. Barang meliputi pembelanjaan rumah tangga untuk barang awet, seperti mobil dan alat rumah tangga, dan barang tidak awet, seperti makanan dan pakaian. Jasa meliputi barang-barang tidak kasat mata, seperti potong rambut dan layanan kesehatan. Pembelanjaan rumah tangga untuk pendidikan juga termasuk ke dalam konsumsi jasa.

Selanjutnya Menurut Rosyidi (2009) konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa-jasa secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi atau lebih tepatnya pengeluaran konsumsi pribadi adalah pengeluaran oleh rumah tangga atas barang-barang akhir jasa.

Dari beberapa pengertian konsumsi diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan individu atau rumah tangga untuk pembelian barang dan jasa guna memenuhi segala kebutuhan akan barang konsumsi yang terdiri atas barang konsumsi sekali pakai dan barang konsumsi yang dipergunakan lebih dari satu kali.

## **b. Teori Konsumsi**

### **1. Teori Konsumsi Ernst Engel**

Teori konsumsi menurut Engel (1821 sampai 1896), menyatakan bahwa saat pendapatan meningkat, proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk membeli makanan berkurang, bahkan jika pengeluaran aktual untuk makanan meningkat. Hal ini berarti hukum Engel menyatakan bahwa tingkat kesejahteraan dikatakan membaik bila perbandingan pengeluaran untuk konsumsi makanan cenderung semakin menurun dan sebaliknya pengeluaran untuk non-makanan semakin meningkat. Adanya pergeseran permintaan konsumsi tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti, (a) tingkat pendapatan per kapita (*per capita income*) masyarakat, (b) cita rasa atau selera (*taste*) konsumen terhadap barang itu, (c) harga barang lain (*prices of related goods*), terutama barang pelengkap (*complementary goods*) dan barang pengganti (*substitution goods*) dan (d) harapan atau perkiraan konsumen (*consumer expectation*) terhadap harga barang yang bersangkutan.

Klasifikasi untuk permintaan barang konsumsi terdiri dari *Superior good* (barang mewah), *inferior good* (barang bermutu rendah) dan *normal good* (barang normal). *Superior good* adalah barang yang perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar dari pada perubahan pendapatan konsumen bertambah maka jumlah barang yang diminta justru semakin berkurang atau barang yang sudah tidak menjadi mode lagi di kalangan anggota masyarakat seperti jenis makanan kuno semacam jagung bakar, gethuk bahkan bukan hanya makanan saja juga seperti alat transportasi misalnya sepeda. Sementara itu, *normal good* adalah

barang-barang yang sering dilihat sehari-hari, pada umumnya seperti pakaian, makanan, dan lain-lainnya.

Berdasarkan teori konsumsi menurut Engel dapat disimpulkan bahwa pengeluaran konsumsi mahasiswa masih seputar keperluan *norma good* yaitu seputar makanan sehari-hari dan jika untuk pengeluaran non makanan biasanya untuk pembelian pakaian dan aksesoris untuk sehari-hari.

## 2. Teori Konsumsi John Maynard Keynes

Keynes yang dalam mengembangkan teorinya mengandalkan analisis statistik dan juga membuat dugaan-dugaan tentang konsumsi, menyatakan bahwa jumlah konsumsi saat ini (*current disposable income*) berhubungan langsung dengan pendapatan. Hubungan antar kedua variabel tersebut dapat dijelaskan melalui fungsi konsumsi. Fungsi konsumsi menggambarkan tingkat konsumsi pada berbagai tingkat pendapatan. Fungsi konsumsi Keynes menghasilkan dugaan-dugaan tentang teori konsumsi yaitu adalah sebagai berikut :

### a. Kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*)

Kecenderungan mengkonsumsi marginal yaitu kenaikan konsumsi sebagai akibat kenaikan pendapatan sebesar satu-satuan berkisar antara nol dan satu. Asumsi ini menjelaskan bahwa jika pendapatan seseorang semakin tinggi maka semakin tinggi pula konsumsi dan tabungannya.

### b. Rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*)

Turun ketika pendapatan naik karena sebagian sisa dari pendapatannya dialokasikan untuk tabungan. Menabung adalah sesuatu yang mewah

sehingga menurut Keynes, proporsi tabungan orang kaya lebih besar daripada orang miskin.

- c. Pendapatan merupakan determinasi konsumsi yang penting dan tingkat bunga dianggap tidak memiliki peran penting.

Berdasarkan teori Keynes di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumsi sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Demikian juga pada konsumsi mahasiswa. Pendapatan mahasiswa berasal dari uang saku yang mereka peroleh setiap bulannya. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh maka akan semakin besar pula pengeluaran konsumsinya, begitu juga sebaliknya. Sementara hasrat menabung di kalangan mahasiswa masih tergolong rendah.

### **3. Teori Konsumsi Hipotesis Daur/Siklus Hidup (*Life-Cycle Hypothesis*)**

Teori dengan hipotesis siklus hidup dikemukakan oleh Franco Modigliani, Albert Ando dan Richard Brumberg. Teori ini mencoba menerangkan bahwa pengeluaran masyarakat mendasarkan kepada kenyataan bahwa pola penerimaan dan pola pengeluaran konsumsi seseorang pada umumnya dipengaruhi masa dalam siklus hidupnya. Selanjutnya Modigliani menekankan bahwa pendapatan bervariasi secara sistematis selama kehidupan seseorang dan tabungan membuat konsumen dapat mengalihkan pendapatan dari masa hidupnya ketika pendapatan tinggi ke masa hidup ketika pendapatannya rendah (Mankiw, 2007). Seseorang cenderung menerima penghasilan/pendapatan yang rendah pada usia muda, tinggi pada usia menengah dan rendah pada usia tua, maka rasio tabungan akan fluktuasi sejalan dengan perkembangan umur mereka yaitu orang muda akan mempunyai

tabungan negatif, orang berumur menengah menabung dan membayar kembali pinjaman pada masa muda mereka, ada orang usia tua akan mengambil tabungan yang dibuatnya di masa usia menengah.

Menurut Algifari (1996), menjelaskan bahwa teori ini membagi pola konsumsi seseorang menjadi 3 bagian. Bagian pertama yaitu dari seseorang berumur nol tahun hingga berusia tertentu dimana orang tersebut dapat menghasilkan pendapatan sendiri. Sebelum orang tersebut dapat menghasilkan pendapatan sendiri, maka ia mengalami *dissaving* (ia berkonsumsi tetapi tidak menghasilkan pendapatan). Kemudian pada bagian kedua dimana seseorang berusaha kerja (dapat menghasilkan pendapat sendiri) hingga ia tepat saat berusia tidak bisa bekerja lagi keadaan ia mengalami *saving*. Dan bagian ke tiga ketika seseorang pada usia tua dimana orang tersebut tidak mampu lagi menghasilkan pendapatan sendiri. Pada keadaan ini ia mengalami *dissaving* lagi. Kenyataannya orang menumpuk kekayaan sepanjang hidup mereka dan tidak hanya orang yang sudah pensiun saja. Apabila terjadi kenaikan dalam nilai kekayaan, maka konsumsi akan meningkat atau dapat dipertahankan lebih lama. Akhirnya hipotesis siklus kehidupan ini akan berarti menekan hasrat konsumsi.

Berdasarkan Teori Konsumsi Hipotesis Daur Hidup yang dikemukakan oleh Franco Modigliani di atas, mencerminkan bahwa mahasiswa saat ini sedang berada pada usia muda, dimana mahasiswa merupakan seseorang yang cenderung menerima penghasilan/pendapatan rendah dan mempunyai tabungan yang negatif. Mahasiswa memiliki tabungan yang negatif karena keseluruhan pendapatan yang diperoleh akan dialokasikan untuk kegiatan konsumsi.

#### **4. Teori Konsumsi Model Pilihan Antar Waktu Irving Fisher (*Fishers***

##### ***Intertemporal Choice***

Teori Irving Fisher menyatakan bahwa ketika seseorang memutuskan berapa banyak pendapatan yang akan dia konsumsi dan berapa banyak yang akan ditabung, dia mempertimbangkan kondisi sekarang dan kondisi yang akan datang. Semakin banyak yang dia konsumsi saat ini, maka akan semakin sedikit yang bisa dia konsumsi untuk menganalisis bagaimana seorang konsumen yang rasional dan berpandangan kedepan membuat pilihan antar waktu yang berbeda (*intertemporal choice*). Model Fisher menunjukkan kendala yang dihadapi konsumen dan bagaimana mereka memilih antara konsumsi dan tabungan.

Masyarakat yang rasional akan terus berusaha menambah jumlah dan mutu barang atau jasa yang mereka konsumsi. Salah satu alasan mengapa masyarakat mengkonsumsi lebih sedikit dari yang sebenarnya diinginkan adalah adanya keterbatasan anggaran (*budget constrain*). Ketika mereka memutuskan berapa yang akan dikonsumsi saat ini dan berapa yang akan ditabung untuk masa depan, mereka menghadapi yang disebut dengan *intertemporal budget constraint*.

Berdasarkan teori konsumsi yang dikemukakan oleh Irving Fisher tentang pilihan antar waktu mahasiswa dalam menggunakan pendapatannya harus mempertimbangkan kondisi saat ini dan kondisi yang akan datang. Misalnya saat ini mereka mempunyai pendapatan sebesar A, dengan pendapatan sebesar A tersebut seorang mahasiswa harus benar-benar rasional dalam membelanjakannya. Karena jika mahasiswa membelanjakan semua pendapatannya tersebut untuk barang maupun jasa saat ini, maka akan semakin sedikit yang bisa dia konsumsi di

masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki keterbatasan anggaran.

### **5. Hipotesis Pendapatan Permanen ( *Permenent Income Hypothesis* )**

Teori dengan hipotesis ini disampaikan oleh Milton Friedman. Dalam hipotesisnya Friedman mengungkapkan pendapatnya bahwa “manusia mengalami perubahan acak dan *tempore* dalam pendapatan mereka dari tahun ke tahun”(Mankiw, 2007). Menurut teori ini pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi 2 yaitu pendapatan permanen dan pendapatan transitoris. Pendapatan permanen adalah bagian pendapatan yang orang harapkan untuk terus bertahan di masa depan. Pendapatan *transitoris* adalah bagian pendapatan rata-rata, sedangkan pendapatan transitoris adalah deviasai acak dari rata-rata tersebut.

Adanya dua jenis pendapatan tersebut, Friedman menganggap bahwa konsumsi seharusnya tergantung terutama pada pendapatan permanen, karena konsumen menggunakan tabungan dan pinjaman untuk meratakan konsumsi dalam menanggapi perubahan-perubahan transitoris dalam pendapatan.

Kesimpulan dari teori konsumsi Milton Friedman beranggapan bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata tergantung pada rasio pendapatan permanen terhadap pendapatan sekarang. Bila pendapatan sekarang secara temporer naik di atas pendapatan permanen, kecenderungan mengkonsumsi rata-rata secara temporer akan turun, bila pendapatan sekarang turun secara temporer di bawah pendapatan permanen, kecenderungan mengkonsumsi rata-rata secara temporer akan naik.

Berdasarkan hipotesis yang disampaikan oleh Milton Friedman tentang konsumsi, menunjukkan bahwa mahasiswa akan mengkonsumsi lebih banyak barang/jasa jika pendapatan sementara (beasiswa) naik di atas pendapatan permanen (uang saku rutin). Misalnya ketika bulan ini mahasiswa mendapatkan uang saku sebesar A kemudian mereka memperoleh pendapatan sementara yaitu yang berasal dari beasiswa sebesar B maka, pada bulan ini konsumsi mahasiswa akan naik secara temporer. Akan tetapi jika pada bulan selanjutnya pendapatan temporer mahasiswa turun dibawah pendapatan permanen maka konsumsinya akan turun. Jadi konsumsi mahasiswa itu tergantung dari pendapatan permanen, yaitu uang saku rutin yang diterima setiap bulannya dari orang tua. Contoh di atas menunjukkan bahwa bentuk pendapatan yang berbeda memiliki derajat keberlangsungan yang berbeda.

### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pola Konsumsi**

Dalam mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa, manusia berusaha memenuhi kebutuhannya semaksimal mungkin. Tingkat kemakmuran atau kesejahteraan seseorang atau masyarakat tergantung pada tingkat konsumsinya. Tinggi rendahnya Konsumsi seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi menurut beberapa ahli adalah:

Menurut Sukirno (2011), faktor penentu dalam kegiatan beberapa ahli adalah:

#### **a. Kekayaan yang telah terkumpul**

Sebagai akibat dari mendapat harta warisan, atau tabungan yang banyak sebagai akibat usaha di masa lalu, maka seseorang berhasil mempunyai kekayaan yang mencukupi. Dalam seperti itu ia sudah terdorong lagi untuk menabung lebih

banyak. Maka lebih besar bagian dari pendapatannya yang akan digunakan untuk memperoleh warisan atau kekayaan, mereka akan lebih bertekad untuk menabung agar memperoleh kekayaan, mereka akan lebih bertekad untuk menabung agar memperoleh warisan atau kekayaan, mereka akan lebih bertekad untuk menabung agar memperoleh kekayaan yang lebih banyak di masa yang akan datang, atau untuk memenuhi kebutuhan masa depan keluarganya seperti membeli rumah, biaya pendidikan anak dan membuat tabungan untuk persiapan di masa tua.

b. Suku bunga

Suku bunga dapatlah dipandang sebagai pendapatan yang diperoleh dari melakukan tabungan. Rumah tangga akan membuat lebih banyak tabungan apabila suku bunga tinggi karena lebih banyak pendapatan dari penabungan akan diperoleh. Pada suku bunga yang rendah orang tidak begitu suka membuat tabungan karena mereka merasa lebih baik melakukan pengeluaran konsumsi dari menabung. Dengan demikian pada tingkat bunga yang rendah masyarakat cenderung menambah pengeluaran konsumsinya.

c. Sikap berhemat

Berbagai masyarakat mempunyai sikap yang berbeda dalam menabung dan berbelanja. Ada masyarakat yang tidak suka berbelanja berlebih-lebihan dan lebih mementingkan tabungan. Dalam masyarakat seperti itu APC dan MPC nya adalah lebih rendah. Tetapi adapula masyarakat yang mempunyai kecenderungan mengkonsumsi yang tinggi, ini berarti APC dan MPC nya adalah tinggi.

#### d. Keadaan Perekonomian

Dalam perekonomian yang tumbuh dengan teguh dan tidak banyak pengangguran, masyarakat berkecenderungan melakukan pengeluaran yang lebih aktif. Mereka mempunyai kecenderungan berbelanja lebih banyak pada masa kini dan kurang menabung. Tetapi dalam keadaan kegiatan perekonomian yang lambat perkembangannya, tingkat pengangguran menunjukkan tendensi meningkat, dan sikap masyarakat dalam menggunakan uang dan pendapatannya semakin berhati-hati.

#### e. Distribusi pendapatan

Dalam masyarakat yang distribusi pendapatannya tidak merata, lebih banyak tabungan akan dapat diperoleh. Dalam masyarakat yang demikian (i) sebagian pendapatan nasional dinikmati oleh segolongan kecil penduduk yang sangat kaya, dan (ii) golongan masyarakat ini mempunyai kecenderungan menabung yang tinggi. Maka mereka dapat menciptakan tabungan yang banyak. Segolongan besar penduduk mempunyai pendapatan yang hanya cukup membiayai konsumsinya dan tabungan adalah kecil. Dalam masyarakat yang distribusi pendapatannya lebih seimbang tingkat tabungan relatif sedikit karena mereka mempunyai kecondongan mengkonsumsi yang tinggi.

#### f. Tersedia tidaknya dana pensiun yang mencukupi

Program dana pensiun dijalankan di berbagai negara. Ada negara yang memberikan pensiun yang cukup tinggi kepada golongan penduduknya yang telah tua. Apabila pendapatan dari pensiun besar jumlahnya, para pekerja tidak terdorong untuk melakukan tabungan yang banyak pada masa bekerja dan ini

menaikan tingkat konsumsi. Sebaliknya, apabila pendapatan pensiun sebagai jaminan hidup di hari tua sangat tidak mencukupi masyarakat akan menabung lebih banyak ketika mereka bekerja.

Selanjutnya Godani dalam (<http://www.organisasi.org> diakses pada tanggal 17 Januari 2015 pukul 10:55 WIB), menyebutkan 3 faktor yang mempengaruhi konsumsi :

#### 1. Penyebab Faktor Ekonomi

##### a. Pendapatan

Pendapatan yang meningkat tentu saja biasanya secara otomatis diikuti dengan peningkatan pengeluaran konsumsi. Contoh: seseorang yang tadinya makan nasi aking menjadi nasi beras rajalele. Orang yang tadinya makan sehari dua kali bisa jadi 3 kali ketika dapat tunjangan tambahan dari pabrik.

##### b. Kekayaan

Orang kaya yang punya banyak aset riil biasanya memiliki pengeluaran konsumsi yang besar. Contohnya: seperti seseorang yang memiliki banyak rumah kontrakan dan rumah kost biasanya akan memiliki banyak uang tanpa harus banyak bekerja. Dengan demikian orang tersebut dapat membeli banyak barang dan jasa karena punya banyak pemasukan dari hartanya.

##### c. Tingkat bunga

Bunga bank yang tinggi akan mengurangi tingkat konsumsi yang tinggi karena orang lebih tertarik menabung di bank dengan bunga tetap tabungan atau deposito yang tinggi dibanding dengan membelanjakan banyak uang.

##### d. Perkiraan masa depan

Orang yang was-was tentang nasibnya di masa yang akan datang akan menekan konsumsi. Biasanya seperti orang yang mau pensiun, punya anak yang mau pensiun, punya anak yang butuh biaya sekolah ada yang sakit butuh banyak biaya pengobatan dan lain sebagainya.

## 2. Penyebab Faktor Demografi

### a. Komposisi penduduk

Dalam suatu wilayah jika jumlah orang yang akan usia kerja produktif banyak maka konsumsinya akan tinggi. Bila yang tinggal di kota ada banyak maka konsumsi suatu daerah akan tinggi juga. Bila tingkat pendidikan sumber daya manusia di wilayah itu tinggi-tinggi maka biasanya pengeluaran wilayah tersebut menjadi tinggi.

### b. Jumlah penduduk

Jika suatu daerah jumlah orangnya sedikit sekali maka biasanya konsumsinya sedikit. Jika orang yang sangat banyak maka konsumsinya sangat banyak pula.

## 3. Penyebab/ Faktor Lain

### a. Kebiasaan adat sosial budaya

Suatu kebiasaan di suatu wilayah dapat mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang. Di daerah yang memegang teguh adat istiadat untuk hidup sederhana biasanya akan memiliki tingkat konsumsi yang kecil. Sedangkan daerah yang memiliki kebiasaan gemar pesta adat biasanya memiliki pengeluaran yang besar.

### b. Gaya hidup seseorang

Seseorang yang berpenghasilan rendah dapat memiliki tingkat pengeluaran yang tinggi jika orang itu menyukai gaya hidup yang mewah dan gemar berhutang baik kepada orang lain maupun dengan kartu kredit.

Dari beberapa faktor-faktor yang telah dikemukakan di atas dapat ditarik kesimpulan beberapa faktor yang mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa secara lebih spesifik adalah :

a. Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor utama yang mempengaruhi konsumsi mahasiswa. Mahasiswa memiliki pendapatan (uang saku) rutin setiap bulannya dari orang tua yang di alokasikan untuk konsumsi. Setiap mahasiswa tidak akan ada yang memiliki pendapatan sama persis. Mahasiswa yang pendapatannya tinggi maka konsumsinya pun tinggi dan juga sebaliknya, mahasiswa yang memiliki keterbatasan dana mereka akan cenderung lebih rendah dalam konsumsi, sementara itu ada beberapa mahasiswa yang memiliki penghasilan/pendapatan tambahan selain dari uang saku orang tua, yaitu dari beasiswa, gaji sampingan yang diperoleh jika bekerja. Umumnya pendapatan tambahan tersebut akan mereka alokasikan untuk keperluan konsumsi.

b. Gaya hidup

Mahasiswa yang memiliki gaya hidup tinggi maka, biasanya akan diikuti dengan pengeluaran konsumsi yang tinggi pula. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki gaya hidup umumnya mereka memiliki pendapatan yang tinggi. Sedangkan mahasiswa yang memiliki gaya hidup sederhana biasanya dikarenakan mereka memiliki pendapatan yang cenderung lebih rendah

dibanding dengan mahasiswa yang memiliki gaya hidup tinggi. Gaya hidup mahasiswa bisa dilihat dari apa yang dia pakai, kebiasaan, dan lain-lain.

c. Faktor sosial ekonomi

Faktor sosial ekonomi juga mempunyai peran penting dalam menentukan pola konsumsi mahasiswa. Misalnya status sosial ekonomi orang tua. Statusnya sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswa. Umumnya orang tua mahasiswa yang memiliki status sosial tinggi (misalnya pengusaha, pegawai negeri sipil) akan mempunyai pendapatan lebih tinggi sehingga mahasiswa akan memiliki uang saku lebih banyak. Dibandingkan dari mahasiswa yang memiliki status sosial ekonomi lebih sederhana (misalnya, petani ataupun buruh) akan memiliki uang saku lebih rendah, sehingga pola konsumsinya akan cenderung lebih sederhana.

d. Tingkat Harga

Harga suatu barang ataupun jasa sangat berpengaruh terhadap konsumsi mahasiswa. Biasanya seorang mahasiswa akan lebih teliti dalam memperhatikan harga suatu produk. Umumnya mereka senang dengan barang/jasa yang harganya relatif lebih murah. Misalnya ketika di suatu mall ada diskon/potongan harga, hasrat untuk membeli barang lebih tinggi dibandingkan ketika tidak ada potongan harga. Sehingga tingkat harga sangat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

**d. Fungsi Konsumsi**

Menurut Sukirno (2011), adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan di antara tingkat konsumsi rumah tangga dalam perekonomian dengan

pendapatan nasional (atau pendapatan *disposable*) perekonomian tersebut. Fungsi konsumsi dapat dinyatakan dalam persamaan :

$$C = a + bY$$

Dimana :

a = Konsumsi rumah tangga ketika pendapatan nasional adalah 0

b = Kecenderungan mengkonsumsi marginal

C = Tingkat konsumsi

Y = Tingkat pendapatan nasional

Terdapat dua konsep untuk mengetahui sifat hubungan antara pendapatan *disposable* dengan konsumsi dan pendapatan *disposable* dengan tabungan yaitu konsep kecenderungan mengkonsumsi dan kecenderungan menabung. Dimana kecenderungan mengkonsumsi dan kecenderungan mengkonsumsi rata-rata.

Kecenderungan mengkonsumsi marginal dinyatakan sebagai *MPC* (*marginal propensity to consume*) dapat didefinisikan sebagai perbandingan di antara pertambahan konsumsi ( $\Delta C$ ) yang dilakukan dengan pertambahan *disposable* ( $\Delta Y_d$ ) yang diperoleh. Nilai MPC dapat dihitung dengan formula :

$$MPC = \Delta C / \Delta Y_d$$

Kemudian kecenderungan mengkonsumsi rata-rata dinyatakan dengan *APC* (*average propensity to consume*) yaitu suatu perbandingan di antara tingkat konsumsi (C) dengan tingkat pendapatan *disposable* ketika konsumsi tersebut dilakukan (Y). Secara matematis nilai APC dapat dihitung dengan formula :

$$APC = C / Y_d$$

Dilain sisi, kecenderungan menabung dapat dibedakan menjadi dua yaitu kecenderungan menabung marginal dan kecenderungan menabung rata-rata. Kecenderungan menabung marginal dapat dinyatakan dengan MPS (*marginal propensity to save*) yang diartikan sebagai perbandingan di antara pertambahan tabungan ( $\Delta S$ ) dengan pertambahan pendapatan ( $\Delta Y_d$ ). Nilai MPS dapat dihitung dengan menggunakan formula :

$$MPS = \Delta S / \Delta Y_d$$

Selanjutnya kecenderungan menabung rata-rata dapat dinyatakan dengan APS (*average propensity to save*), yang menunjukkan perbandingan diantara tabungan (S) dengan pendapatan *disposable* ( $Y_d$ ). Nilai MPS dapat dihitung dengan menggunakan formula :

$$APS = S / Y_d$$

#### **e. Perilaku Konsumen**

Pada pasal 1 angka 2 UU No.8 Tahun 1999, menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan. Seperti yang diketahui bahwa konsumen adalah pembeli barang yang dihasilkan oleh perusahaan, oleh karena itu kita perlu memahami perilaku konsumen secara keseluruhan. Pada dasarnya perilaku konsumen menggambarkan bagaimana seorang konsumen memutuskan untuk menggunakan pendapatan yang kemudian akan dibelanjakan untuk membeli barang dan jasa yang dibutuhkan.

Berikut beberapa model atau pendekatan yang sering digunakan untuk menjelaskan tentang perilaku konsumen yaitu :

### 1. Pendekatan Kardinal (*Cardinal Approach*)

Menurut pendekatan ini daya guna dapat diukur dengan satuan uang atau utilitas, dan tinggi rendahnya nilai atau daya guna bergantung kepada subyek yang menilai. Misalnya semakin tinggi tingkat kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang artinya barang tersebut mempunyai nilai guna yang sangat tinggi bagi kehidupannya, maka semakin besar pula kesediaan konsumen tersebut untuk mengorbankan uangnya. Sebaliknya semakin rendah nilai guna tersebut akan semakin kecil pula kesediaan konsumen mengorbankan uangnya. Konsumen yang rasional akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya pada tingkat pendapatan yang dimilikinya. Asumsi dalam pendekatan ini adalah:

- a. Konsumen rasional. Konsumen bertujuan memaksimalkan kepuasannya dengan batasan-batasan pendapatannya.
- b. *Diminishing marginal utility*, artinya tambahan utilitas yang diperoleh konsumen makin menurun dengan bertambahnya konsumen dari komoditas tersebut.
- c. Pendapatan konsumen tetap
- d. *Constant marginal utility of money*, artinya uang mempunyai nilai subjektif yang tetap
- e. Total *utility* adalah *additive* dan *independent*. *Additive* artinya daya guna dari sekumpulan barang adalah fungsi dari kuantitas masing-masing barang yang dikonsumsi. Sedangkan *independent* mengandung pengertian bahwa daya guna

$X_1$  tidak di pengaruhi oleh tindakan mengkonsumsi barang  $X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$  dan sebaliknya.

## 2. Pendekatan Ordinal (*Ordinal Approach*)

Dalam pendekatan ini daya guna suatu barang tidak perlu diukur, cukup untuk diketahui dan konsumen mampu membuat urutan tinggi rendahnya daya guna yang diperoleh dari mengkonsumsi sekelompok barang. Pendekatan yang dipakai dalam teori ordinal adalah *indifference Curve*, yakni kurva yang menunjukkan kombinasi 2 (dua) macam barang konsumsi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Asumsi dari pendekatan ini adalah :

- a. Konsumen rasional
- b. Konsumen mempunyai pola preferensi terhadap barang yang disusun berdasarkan urutan besar kecilnya daya guna.
- c. Konsumen mempunyai sejumlah uang tertentu.
- d. Konsumen selalu berusaha mencapai kepuasan maksimum.
- e. Konsumen konsisten, artinya bila A lebih dipilih daripada B, dan A lebih disukai daripada B, dan tidak berlaku sebaliknya B di pilih dari pada A.
- f. Berlaku pemikiran transitif, artinya bila A lebih disukai daripada B, dan B lebih disukai daripada C, maka A lebih disukai daripada C. Dasar pemikiran dari pendekatan ini adalah semakin banyak barang-barang yang dikonsumsi semakin memberikan kepuasan terhadap konsumen.

## 1. Pendekatan Nyata (*Revealed Preference*).

Teori *revealed preference* pada prinsipnya menunjukkan bahwa dalil-dalil pokok dalam teori konsumen bisa diterangkan atas dasar “pilihan yang

diungkapkan “ (*revealed preference*) konsumen dalam memilih berbagai macam barang yang dihadapinya dengan syarat konsumen konsisten dalam preferensinya akan barang satu dibandingkan barang lain. Sebenarnya yang menimbulkan kepuasan bukanlah konsumsi barang dalam artian sehari hari, tetapi ada unsur-unsur yang bersifat fundamental dari barang itu sendiri, contoh: sepiring nasi didalamnya mengandung unsur sekian gram karbohidrat dan protein, pakaian mengandung unsur kehangatan dan kebanggaan (*prestise*). Dalam satu buah strawberi mangandung vitamin C dan zat antioxidant, unsur-unsur (karakteristik) itulah yang dapat memuaskan konsumen ukuran sepiring nasi, sebuah pakaian, dan satu buah strawberi. Asumsi-asumsi yang menjadi dasar berlakunya teori ini antara lain adalah :

- a. *Rasionalitas*, yaitu konsumen adalah rasional. Juga mengandung pengertian bahwa jumlah barang banyak lebih disukai daripada barang yang sedikit.
- b. *Konsisten*, artinya seperti biasanya apabila konsumen telah menentukan A lebih disukai daripada B maka dia tidak sekali-kali akan mengatakan bahwa B lebih disukai daripada A.
- c. *Asas transitif*, artinya bila konsumen menyatakan A lebih disukai daripada B, dan B lebih disukai daripada C, maka ia akan menyatakan juga bahwa A lebih disukai daripada C.
- d. *Revealed preference axioma*, artinya konsumen akan menyisikan sejumlah uang tertentu untuk pengeluarannya. Jumlah ini merupakan anggaran yang dapat dipergunakannya. Kombinasi barang X dan Y yang sesungguhnya dibeli dipasar merupakan preferensi atas kombinasi daripada kombinasi X dan Y, kombinasi

yang dibeli ini akan memberikan daya guna yang tertinggi apabila konsumen dapat mengkombinasikan barang yang akan dikonsumsi dengan benar.

## 2. Pendekatan atribut.

Pendekatan ini mempunyai pandangan bahwa konsumen dalam membeli produk tidak hanya karena utilitas dari produk tersebut, tetapi karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut. Ada beberapa keunggulan pendekatan atribut antara lain :

- a. Kita akan terlepas dari diskusi mengenai bagaimana mengukur daya guna suatu barang, yang merupakan asumsi dasar dari pendekatan sebelumnya.
- b. Pendekatan ini mengandung suatu barang diminta konsumen bukan jumlahnya, melainkan atribut melekat pada barang tersebut, sehingga lebih dapat menjelaskan tentang pilihan konsumen terhadap produk.
- c. Dapat digunakan untuk banyak barang, sehingga bersifat praktis dan lebih mendekati kenyataan, serta operasionalisasinya lebih mudah.

## **f. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku secara bahasa berarti cara berbuat atau menjalankan sesuatu sesuai dengan sifat yang layak bagi manusia. Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

Menurut Effendi (2016), perilaku konsumtif sendiri merupakan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Individu yang berperilaku konsumtif-konsumtif yang bersifat *irrational* biasanya memiliki ciri-ciri antara

lain: cepat tertarik dengan iklan dan promosi, mengoleksi produk bermerek atau *brand* yang sudah dikenal luas, memilih produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

Menurut Sumartono dalam Fransisca (2005), mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu dalam mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan tidak berdasarkan pertimbangan rasional karena individu bukan mementingkan faktor kebutuhan melainkan keinginan.

#### **g. Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut Kloter (2002), menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu :

##### 1. Faktor budaya

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

##### a. Peran budaya

Budaya adalah penentuan keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

##### b. Sub budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama kelompok rasa dan daerah geografis.

c. Kelas sosial pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata tersebut biasanya terbentuk system kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

2. Faktor sosial

Terdapat beberapa faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumtif:

a. Kelompok Acuan

Hal ini saat ini sangat mempengaruhi seseorang .misalnya pada remaja penggandrung K-pop. Mereka akan menjadikan *idol* sebagai role modelnya. Kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk actual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabotan dan pakaian.

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Dari orang tua

individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi ambisi pribadi, harga diri, dan dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensitif dengan keluarga maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan

#### c. Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran memiliki status, hal ini yang mengakibatkan tuntutan seseorang memilih dan membeli berbagai hal.

### 3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:

#### a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai sebagai sasaran mereka

#### b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsuminya. Pekerja kerah putih akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat diatas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Banyak perusahaan yang mengkhususkan produknya untuk berbagai kalangan kelompok.

#### c. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau *likuid*), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan *trend* penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga.

#### d. Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang”, yang berinteraksi dengan lingkungannya.

#### e. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti percaya diri, dominasi otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan, dan kemampuan beradaptasi.

### 4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian dipengaruhi oleh enam faktor psikologis utama yaitu:

#### a. Motivasi

Setiap orang selalu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk.

b. Persepsi

Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa.

c. Konsep Diri

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Setiap orang memiliki suatu konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan-pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

d. Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya, seperti motif, *IQ*, Emosi spiritualitas, maupun persepsi dan faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan fisik, keluarga, masyarakat

e. Pengalaman Belajar

Belajar sebagai suatu proses yang membawa perubahan dalam *performance* sebagai akibat dari latihan atau pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku

konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

f. Sikap dan Keyakinan (agama)

Sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka. Secara emosional tindakannya cenderung kearah berbagai objek dan ide.

Menurut Blackwell dalam Rosyid (2006), menyebutkan ada dua faktor penting dalam memahami perilaku konsumtif diantaranya adalah:

a. Faktor Internal

Faktor internal yang berpengaruh adalah motivasi, dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Motivasi berguna sebagai pendorong perilaku, baik dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Sedangkan harga diri berpengaruh pada perilaku membeli barang atau jasa, selain itu juga didasarkan pada proses belajar pada pengalaman masa lalu. Saat ada pengalaman yang menyenangkan terhadap suatu barang pada masa lalu, ini akan mempengaruhi proses pengambilan keputusannya. Hal lain yang mempengaruhi secara internal adalah kepribadian dan konsep diri konsumen tersebut.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi serta keluarga. Kebudayaan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dibuktikan oleh Loudon dalam Rosyid (1997), yang mengungkapkan perilaku membeli dapat diramalkan dari nilai-nilai budaya yang dipegang konsumen. Kelas sosial juga berpengaruh

terhadap perilaku konsumen adanya perbedaan produk dan barang yang digunakan untuk memenuhi simbol statusnya. Kelompok referensi menentukan perilaku seorang individu karena individu tersebut melihat produk-produk apa yang dikonsumsi kelompok referensinya tersebut. Sedangkan keluarga juga mempunyai peran yang cukup kuat dalam membentuk suatu sikap dan perilaku anggotanya dalam membeli suatu produk barang atau jasa.

Berdasarkan apa yang dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal (motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian konsep diri, serta sikap dan keyakinan) dan faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, keluarga, serta kelompok acuan)

#### **h. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif**

Adapun aspek-aspek Menurut Coley (2003), menyatakan keputusan perilaku konsumtif melibatkan aspek afektif dan aspek kognitif didalam diri individu.

1. Aspek afektif merupakan proses psikologis didalam diri individu yang merujuk pada perasaan, emosi, maupun suasana hati yang muncul ketika terjadinya konsumtif. Proses afektif ini terjadi menjadi 3, yaitu:
  - a. *Irresistible urge to buy* (keinginan kuat untuk membeli), merupakan perasaan keinginan yang instan, sulit diubah, dan sangat kuat, sehingga individu sulit untuk menolak perasaan ingin membeli. Konsumen yang mempunyai suatu keinginan secara terus menerus dan memaksa sehingga konsumen tidak dapat

menahan dirinya sendiri untuk melakukan pembelian terhadap produk atau barang.

- b. *Positive buying emotion* (emosi positif dalam membeli), merupakan suasana hati yang positif berasal dari motivasi untuk memuaskan diri serta dihasilkan dari pembelian impulsif. Konsumen yang mempunyai suasana hati positif yang muncul karena terbentuknya *mood* sehingga adanya hasil reaksi pada lingkungannya yang membuat konsumen tertarik pada produk ataupun penjualan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen lebih mungkin terlibat dalam perilaku konsumtif untuk memperpanjang keadaan dari *mood* yang menyenangkan didalam diri konsumen.
  - c. *Mood managemnt (manajemen suasana hati)*, merupakan keinginan untuk mengubah ataupun mengatur perasaan atau suasana hati yang termotivasi karena pembelian impulsif. Suatu keadaan yang mana munculnya keinginan pada konsumen untuk mengubah atau menata perasaannya dengan melakukan pembelian impulsif.
2. Aspek Kognitif merupakan aspek yang melibatkan proses pemikiran, pemahaman, dan proses menginterpretasikan informasi saat terjadinya perilaku konsumtif. Aspek kognitif ini terbagi menjadi 3, yaitu:
- a. *Cognitive delibertation* (pertimbangan kognitif), merupakan keinginan individu secara tiba-tiba untuk melakukan sesuatu tanpa adanya pertimbangan atau evaluasi akan konsekuensinya. Suatu keadaan yang mana konsumen

merasakan adanya dorongan mendadak atau desakan yang dirasakan konsumen untuk bertindak tanpa memikirkan akibatnya.

- b. *Unplanned buying* (pembelian yang tidak direncanakan), merupakan kurangnya perencanaan yang jelas saat membeli suatu barang. Suatu keadaan yang mana konsumen tidak mempunyai rencana yang jelas saat berbelanja sehingga konsumen akan membeli barang atau produk yang menarik ketika berada di pusat pebelanjaan.
- c. *Disregard for the future* (pengabaian akan masa depan), merupakan hasil memilih suatu pilihan secara tiba-tiba atau mendadak dengan kurangnya perhatian atau konsiderasi terkait masa depan. Suatu keadaan yang mana konsumen tidak menghiraukan apa yang akan terjadi atau akibatnya ketika konsumen melakukan pembelian impulsive.

#### **i. Indikator Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan penelitian yang Mintarti (2016) indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel perilaku konsumtif, yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
3. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan karena berdasarkan manfaat dan kegunaan
4. Membeli produk hanya sekedar menjaga status
5. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

## 2.2.5. Hubungan Antar Variabel

### a. Pengaruh Digital Payment dengan Perilaku Konsumtif

Peneliti ingin membuktikan bahwa penggunaan *digital payment* mendukung atau berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut Bank Indonesia (2015), *digital payment* merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan /atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran yang dirancang untuk menawarkan kecepatan, kemudahan penggunaan, *efisiensi*, *efektivitas*, *transparansi*, dan *aksesibilitas* kepada pelanggan. *Digital payment* merupakan wakil dari seluruh pembayaran non-tunai, yang juga diartikan sebagai transaksi pembayaran elektronik antara pelaku bisnis pembeli dan penjual menggunakan akun tabungan melalui jaringan internet atau jaringan elektronik.(Teoh et al., 2013).

Semakin berkembangnya *finacial technology* tentu mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. *Digital payment* merupakan salah satu perkembangan *financial technology* yang sedang *trend* saat ini yang menawarkan manfaat. Kemudahan dan keefektifan dalam transaksi pembayaran. Dengan demikian mahasiswa kan lebih mudah membelanjakan uangnya. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Diperkuat oleh penelitian Erna (2020), yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiwa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya” bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam

Negeri Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya *digital payment* akan mempermudah membelanjakan uangnya karena merasa lebih efisien, mudah, menguntungkan, aman dan uang yang dikeluarkan berupa elektronik (*cashless*) sehingga merasa tidak mengeluarkan uang saat bertransaksi. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

#### **b. Pengaruh Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif**

Penelitian ingin menguji bahwa ada keterkaitan antara tingkat literasi keuangan mahasiswa dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut Nurlatifah (2014), literasi keuangan diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik.

Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang akan selektif dalam berkonsumsi, mereka akan memprioritaskan untuk membeli apa yang dibutuhkan, dan mengesampingkan apa yang diinginkan karena mereka tahu bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi apabila mereka mengesampingkan prioritas. Kemungkinan tersebut antara lain yaitu pembengkakan pengeluaran, tidak dapat menabung, tidak dapat menyisihkan sebagian uangnya untuk berinvestasi, memiliki sifat boros, dan yang paling parah yaitu tidak dapat memenuhi kebutuhannya.

Diperkuat oleh penelitian Ramadhani (2019) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas

Sumatera Utara), bahwa Literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, 2015. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan literasi keuangan mahasiswa maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin menurun. Sebaliknya jika literasi keuangan mahasiswa rendah, maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa meningkat. Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa sangat berkaitan dengan tinggi rendahnya literasi keuangan.

### **c. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif**

Peneliti ingin membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut Sumarwan (2012) gaya hidup merupakan suatu cara dapat menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Setiap individu memiliki gaya hidup yang berbeda meskipun berasal dari lingkungan yang sama, ini menunjukkan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal.

Gaya hidup seseorang menunjukkan pola perilaku dari aktifitas, minat maupun opini jika seseorang memiliki gaya hidup yang selalu menekankan dan mengarahkan memiliki gaya hidup yang selalu menekankan dan mengarahkan pada kesenangan hidup, menghabiskan waktu diluar rumah, menggunakan uang untuk kesenangan mengedepankan keinginan. Tentunya hal tersebut menjadikan pola konsumsi seseorang yang tidak baik yaitu cenderung pada perilaku konsumtif.

Perilaku seseorang namun mengutamakan keinginan. Perilaku konsumtif terhadap produk yang fashion akan sering terlihat pada mahasiswa yang memiliki gaya hidup selalu mengikuti perkembangan mode fashion tidak dan dalam melakukan kegiatan konsumsi terhadap fashion tidak berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan.

Diperkuat oleh penelitian Ramadhani (2019) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara) bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sumatera Utara, 2015. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa gaya hidup memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif. Apabila seseorang yang memperlihatkan aktivitas, minat dan opini hanya pada kesenangan, bermewah-mewahan akan meningkatkan perilaku konsumtif.

#### **d. Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif**

Pola konsumsi seseorang dapat berubah-ubah dengan begitu cepat dan tidak pasti, semakin berkembangnya suatu *finacial technology* tentu mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Penggunaan *digital payment* yang semakin menawarkan manfaat kemudahan dan keefektifan dalam setiap transaksi pembayaran. Dengan demikian sebagai seorang mahasiswa yang lebih mudah untuk membelanjakan uangnya. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *digital payment* akan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Perilaku seorang mahasiswa dengan adanya sistem teknologi dalam bidang keuangan terutama di sistem pembayaran. Dengan adanya sistem pembayaran semakin modern yang tak perlu menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran. Mahasiswa harus lebih selektif terhadap apa yang mereka punya terutama dalam manajemen keuangan mereka. Penting literasi keuangan untuk diterapkan terhadap pola konsumsi sehari-hari yang memprioritaskan kebutuhan bukan nya suatu keinginan untuk membeli suatu kebutuhan, karena mereka tahu bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi apabila mereka mengesampingkan prioritas. Kemungkinan tersebut antara lain yaitu pembengkakan pengeluaran, tidak dapat menabung, tidak dapat menyisihkan sebagian uangnya untuk berinvestasi, memiliki sifat boros dan yang paling parah yaitu tidak bisa memenuhi kebutuhannya.

Sementara itu gaya hidup yang selalu menekankan untuk bergaya hidup untuk kesenangan hidup yaitu menghabiskan waktu di luar rumah yang menggunakan uang untuk kesenangan dan mendepankan keinginan. Tentunya hal tersebut menjadikan pola konsumsi seorang khususnya mahasiswa yang tidak baik cenderung pada perilaku konsumtif. Perilaku mahasiswa yang hanya mengutamakan keinginan untuk berbelanja dan menghabiskan uang mereka. Hal ini maka akan berdampak negatif terhadap pola konsumsi mereka, maka akan bertindak untuk lebih konsumtif.

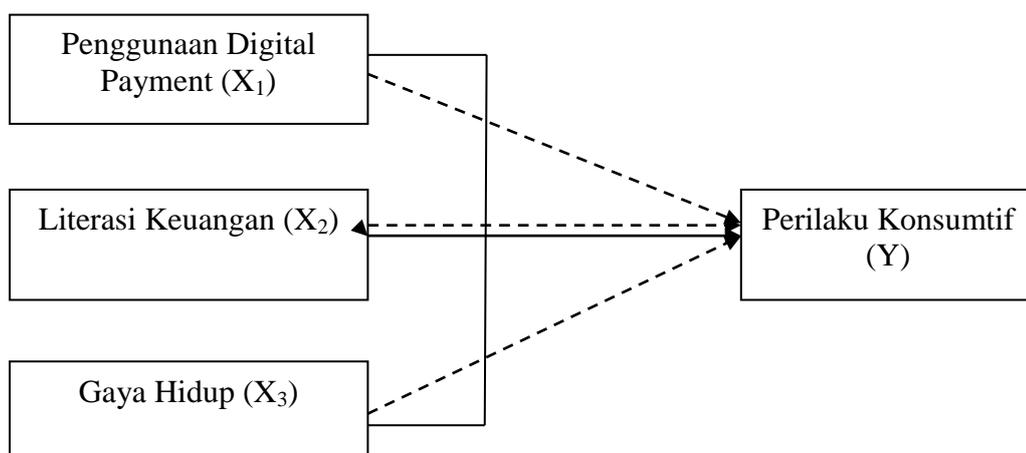
### e. Pengaruh dominan penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku

#### Konsumtif

Perkembangan semakin modern serta dinamis mendorong kita untuk mengikuti *trend* perkembangan teknologi, dimana kebutuhan seseorang semakin lama semakin banyak dan beraneka ragam. Hadirnya sebuah inovasi dalam sistem pembayaran yang semakin diberikan kemudahan yaitu secara digital. Maka hadirnya pembayaran *digital payment* merupakan suatu sarana pembayaran non tunai (*cashless*), yang sejauh ini lebih mudah, aman dan efisien serta inovatif membuat mahasiswa muda dalam mengeluarkan uang terutama untuk bertransaksi retail yaitu seperti transportasi online, pemesanan makanan di vendor yang berkerjasama dan transaksi *e-commerce*. Walaupun penggunaan *digital payment* kini telah semakin maju dengan persaingan promo oleh banyak *provider* pada *digital payment*, namun diharapkan mahasiswa dapat dengan sadar melakukan semua transaksi keuangan melalui *digital payment* dan tidak terperangkap pada pola hidup yang sangat konsumtif dan boros, sehingga kontrol diri yang tinggi diperlukan dalam kondisi masyarakat yang semakin maju ini.

### 2.3 Kerangka Konsep

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor diidentifikasi. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut



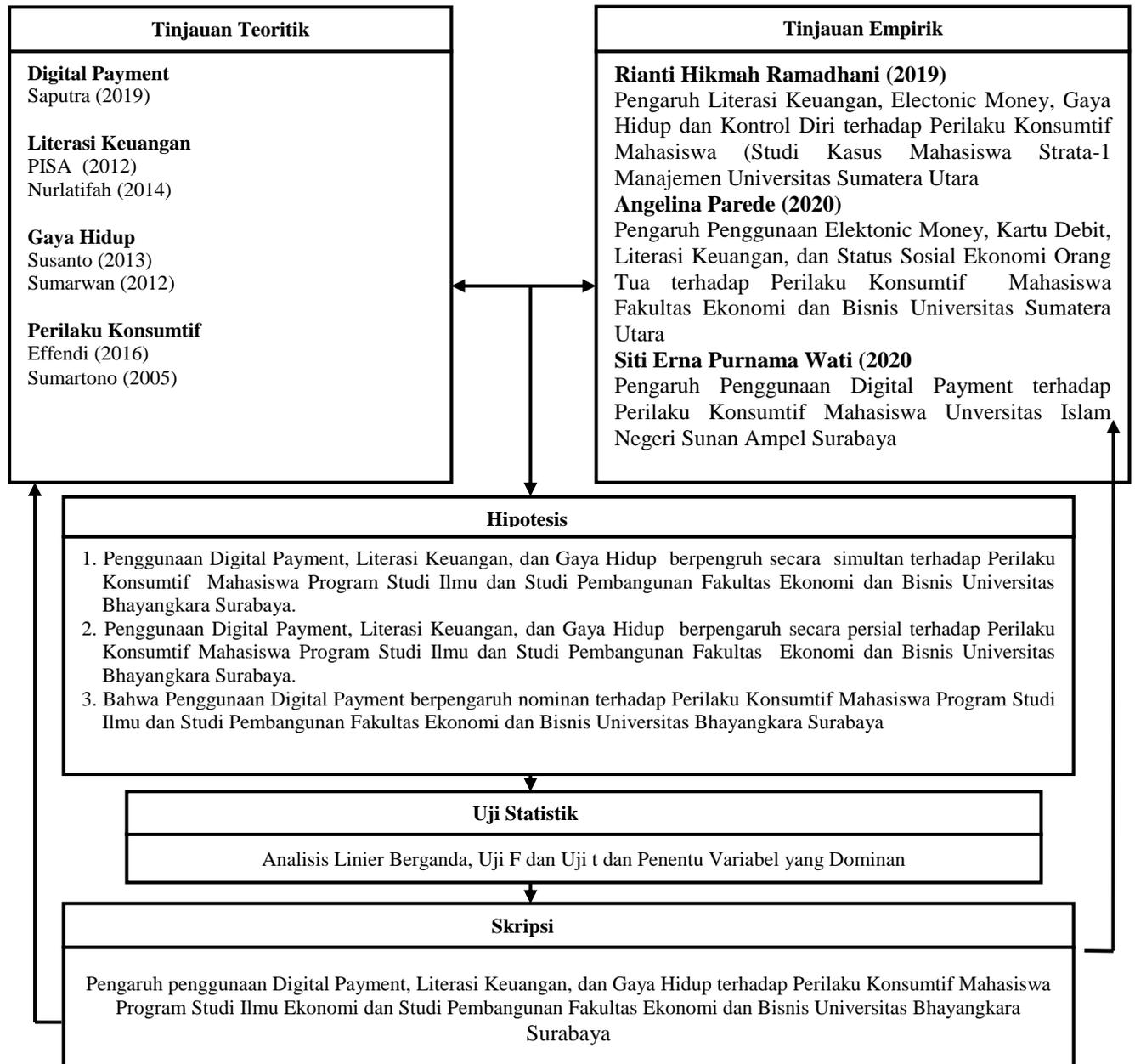


1. Bahwa variabel Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
- 2, Bahwa variabel Penggunaan *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya hidup berpengaruh secara persial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya
3. Bahwa variabel Penggunaan *Digital Payment* berpengaruh nominan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Kerangka Proses Berfikir



Sumber : Peneliti (2022)

**Gambar 3. 1**  
**Kerangka Proses Berfikir**

**Dari kerangka proses berpikir penulis dapat keterangan sebagai berikut:**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian serta tinjauan pustaka, maka dimana kerangka-proses berfikir yang diperoleh dari hasil tinjauan teoritik dan hasil tinjauan empiris. Tinjauan teoritik diperoleh dengan cara mempelajari teori-teori yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian, secara lengkap telah dibahas dalam bab tinjauan pustaka. Tinjauan empiris diperoleh dengan cara mempelajari hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian permasalahan studi.

Penelitian yang dilakukan melalui teori-teori dan penelitian empiris diperoleh variabel-variabel dengan segala hubungan dan pengaruhnya. Dalam studi empiris dan studi teoritis saling mempengaruhi sehingga dengan demikian dapat disusun rumusan masalah.

Oleh sebab itu perlu bagi seseorang mahasiswa melakukan pengamatan pada konsumsi untuk menghindari berperilaku konsumtif. Hal yang perlu di perhatikan mahasiswa harus tahu bagaimana menggunakan dan mengontrol diri dalam berkonsumsi.

Dengan adanya perkembangan teknologi digital di bidang keuanagan akan menyebabkan mahasiswa lebih banyak menggunakan uangnya untuk mengkonsumsi barang dan jasa bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan, hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa dituntut untuk mampu membatasi diri terhadap nafsu membeli, sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalisasi.

## 3.2 Definisi Operasional dan Pengeluaran Variabel

### 3.2.1 Definisi Operasional

Yang di maksud dengan definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian yang berdasarkan atas sifat atau suatu yang dapat didefinisikan, diamati dan diobservasi. Dalam definisi operasional ini akan di jelaskan variabel-variabel yang akan diamati untuk menjadi objek pengamatan penelitian ini. Variabel yang berada dalam penelitian ini terdiri atau variabel bebas dan variabel terikat:

#### 1. Variabel Bebas

##### a. *Digital Payment*

Menurut Prayoga (2019), *digital payment* adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *sms banking, internet banking, mobile banking* dan dompet elektronik. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar.

Menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati (2018), indikator *digital payment* adalah sebagai berikutnya.

1. Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*Perceived Ease of Use*)
2. Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*)
3. Kredibilitas yang terjaga (*Perceived Credibility*)
4. Pengaruh sosial (*Social Influence*)
5. Nilai Perilaku (*Behavioral Intention*)

##### b. Literasi Keuangan

Menurut Program For Internasional Student Assessment PISA (2012) dalam Ivada (2013), literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan yang efektif, meningkatkan financial well-being (kesejahteraan keuangan dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi.

Menurut Lusardi & Mitchll (2007) *Financial Literacy* mencakup empat indikator literasi keuangan, yaitu :

1. Pengetahuan umum keuangan
2. Pengetahuan mengenai manajemen uang ( money management)
- 3 Pengetahuan mengenai tabungan dari investasi
4. Pengetahuan mengenai risiko

c. Gaya hidup

Menurut Susanto (2013) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang yang dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Menurut Mandley & L (2009), indikator-indikator gaya hidup sebagai berikut:

1. Kegiatan (*Activity*)
2. Minat (*Interest*)
3. Opini (*Opinion*)

2. Variabel Terikat

#### a. Perilaku Konsumtif

Menurut Effendi (2016), perilaku konsumtif sendiri merupakan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Individu yang berperilaku konsumtif-konsumtif yang bersifat *irrasional* biasanya memiliki ciri-ciri antara lain: cepat tertarik dengan iklan dan promosi, mengoleksi produk bermerek atau *brand* yang sudah dikenal luas, memilih produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

Menurut Sunarto (2018) indikator perilaku konsumtif mahasiswa adalah sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
3. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan karena berdasarkan manfaat dan kegunaan
4. Membeli produk hanya sekedar menjaga status
5. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

#### 3.2.2 Pengukuran Variabel

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015).

Pertanyaan dijawab dengan menggunakan skala *Likert* yaitu dengan cara memberikan skor pada jawaban yang dipilih responden (Arikunto, 2014). Skala

*Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala *Likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono. 2015).

Dalam mengisi kuesioner digunakan skala *Likert*. Bentuk ini digunakan apabila kita menginginkan data tentang pendapatan responden mengenai masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dimana responden memilih jawaban yang telah disediakan. Untuk semua jawaban diberikan ruang sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Rating Jawaban Kuesioner**

No	Jawaban	Keterangan	Nilai
1	Jawaban 1	Sangat tidak setuju	1
2	Jawaban 2	Tidak setuju	2
3	Jawaban 3	Kurang Setuju	3
4	Jawaban 4	Setuju	4
5	Jawaban 5	Sangat setuju	5

Sumber : Peneliti (2022)

### 3.2.3 Desain Instrumen Penelitian

**Tabel 3. 2**  
**Desain Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Digital Payment (X <sub>1</sub> )	1. <i>Perceived Ease of Use</i>	1. Saya merasa penggunaan <i>digital payment</i> sangat mudah 2. Saya Mempelajari penggunaan <i>digital payment</i> sangat mudah
	2. <i>Perceived Usefulness</i>	1. Saya merasa meggunakan <i>digital payment</i> mampu meningkatkan dari aktivitas transaksi saya 2. Saya merasa menggunakan <i>digital paymnet</i> menghemat waktu saya
	3. <i>Perceived Credibility</i>	1. Saya merasa data pribadi saya dilindung di <i>digital payment</i> 2. Saya merasa peraturan keamanan <i>digital payment</i> membuat saya merasa aman melakukan transaksi di layanan <i>digital payment</i>
	4. <i>Social Influence</i>	1. Saya disarankan kerabat untuk menggunakan <i>digital payment</i> 2. Menggunakan <i>digital payment</i> merupakan aplikasi yang sangat terkenal
	5. <i>Nilai Perilaku (Behavioral Intention)</i>	1. Saya akan menggunakan <i>digital payment</i> di waktu yang akan datang 2. Saya akan menggunakan <i>digital payment</i> secara rutin
Literasi Keuangan (X <sub>2</sub> )	1. Pengetahuan umum keuangan	1. Perbedaan Bank Konvensional Bank Syariah adalah kalau Bank Konvensional menggunakan sistem bunga sedangkan Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil 2. Fungsi dan tugas Jasa keuangan (OJK) adalah menyelenggarakan sistem peraturan dan pengawasan yang terintegritas terhadap keseluruhan kegiatan dalam sektor jasa keuangan
	2. Pengetahuan mengenai manajemen uang (money management)	1. Saya selalu membuat anggaran pengeluaran dan pemasukan setiap hari 2. Salah satu manfaat dari membuat anggaran pribadi yaitu dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi
	3. Pengetahuan mengenai tabungan dari investasi	1. Perbedaan tabungan deposito yaitu deposito untuk investasi, sedangkan tabungan untuk menabung (tabungan biasa) 2. Salah satu keuntungan yang akan diterima jika berinvestasi saham dividen
	4. Pengetahuan mengenai risiko	1. Meminimalisasi resiko kerugian termasuk manfaat asuransi 2. Asuransi jiwa merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan kepada keluarga seandainya suatu saat nanti pemegang asuransi tertanggungnya meninggal
Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )	1. Kegiatan (Activity)	1. Saya mengisi waktu luang bersama temen dengan jalan-jalan ( <i>hangout</i> ) di coffe shop, café ataul mall
	2. Minat (Interest)	1. Saya lebih memilih produk bermerk terkenal ( <i>branded</i> ) dibandingkan produk tidak bermerk 2. Saya suka mengikuti <i>trend fashion</i> dan pendukung gaya hidup terbaru lainnya
	3. Opini (Opinion)	1. Menurut saya produk mahal bermerk ( <i>branded</i> ) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi
Perilaku Konsumtif (Y)	1. Membeli produk karena iming-iming hadiah	1. Apabila ada penawaran diskon dan penerima hadiah (bonus) tertentu pada suatu produk, saya langsung tertarik untuk membelinya meskipun belum terlalu dibutuhkan 2. Kemasan suatu produk yang rapi dan manarik juga menentukan saat ingin membeli suatu produk
	2. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	1. Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan <i>trendy</i> 2. Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal
	3. Membeli produk atau pertimbangan harga bukan karena berdasarkan manfaat dan kegunaan	1. Saya tertarik membeli dan menggunakan produk yang diiklankan oleh artis/ <i>influencer</i> idola saya
	4. Membeli produk hanya sekedar menjaga status	1. Membeli dan memiliki produk <i>import</i> dan bermerk ( <i>branded</i> ) mencerminkan status sosial
	5. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	1. Membeli dan menggunakan produk mahal dan bermerek akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang 2. Saya memiliki dua barang atau lebih ( <i>gadget</i> , jam tangan, sepatu, tas, kosmetik,dll) yang sejenis dengan merek yang berbeda

Sumber :Peneliti (2022)

### 3.3 Teknik Penentuan Populasi, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan

#### Sampel

#### 3.3.1 Teknik Penentuan Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atau obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, pada angkatan 2017-2022 sebesar 110 mahasiswa

**Tabel 3. 3**  
**Tahun Kuliah**

No	Tahun Kuliah	Jumlah Mahasiswa
1	2017	22
2	2018	28
3	2019	26
4	2020	21
5	2021	13
	Jumlah	110

Sumber : Peneliti (2022)

#### 3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang masih aktif dalam perkuliahan. Teknik yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling*, teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu sampling total /sensus. Teknik sampel dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering

dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil atau dengan maksud penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan kecil (Sugiyono, 2015)

#### **3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Untuk melakukan penelitian penulis menetapkan lokasi dan waktu penelitian sebagai berikut :

1. Adapun lokasi yang diteliti oleh penulis adalah Jl. A Yani 114 Wonocolo Surabaya
2. Waktu penelitian berlangsung mulai bulan Januari 2022 sampai terpenuhinya data yang dibutuhkan. Objek yang diteliti adalah Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

#### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono, 2015), bila dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer atau data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.

### **3.5.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2015), data primer adalah data yang langsung diperoleh dan diberikan langsung kepada pengumpulan data.

### **3.5.2 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data diperlukan untuk mendukung keberhasilan penelitian. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer. Keberhasilan dalam pengumpulan data tergantung dari metode yang digunakan. Berkaitan dengan hal tersebut, metode pengumpulan data diperlukan untuk mendapatkan data-data yang obyektif dan lengkap sesuai dengan permasalahan yang diambil.

Berdasarkan tekniknya, pengumpulan data menurut Sugiyono (2015) dibagi menjadi tiga yakni, wawancara, angket (kuesioner) dan observasi.

#### **a. Interview (Wawancara)**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila penelitian ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

#### **b. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015).

#### **c. Observasi**

Menurut Sugiyono (2015), observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifikasi bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek alam-alam yang lain. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta), dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumental yang digunakan maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner, dengan menyebarkan angket kepada sampel yaitu mahasiswa yang masih aktif belajar Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya

### **3.6 Pengujian Data**

#### **3.6.1 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel  $X_1$  dengan  $Y$  dan  $X_2$  dengan  $Y$  dan seterusnya. Menurut Arikunto (2014), reliabilitas menunjukkan tolak ukur suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabel artinya dapat dipercaya dan reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran ini dilakukan untuk butir pertanyaan yang masuk dalam kategori *valid*. Sebuah instrumen penelitian selain *valid* yang harus andal,

keandalan instrumen menjadi indikasi bahwa responden konsisten dalam memberikan tanggapan. Pengujian reliabilitas dianalisis dengan menggunakan teknik dari *Cronbach* yaitu *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada program SPSS. Menurut Ghozali (2018), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 60.

### **3.6.2 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ , dalam hal ini  $n$  jumlah sampel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk membuktikan data diperoleh dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara *uji Kolmogorov Smirnov*.

Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya. Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymp Sig).  
yaitu

1. Apabila probabilitas  $> 0,05$ , maka populasi berdistribusi normal
2. Apabila probabilitas  $< 0,05$ , maka populasi tidak berdistribusi normal

Selain itu, normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik atau dengan melihat histogram. Dasar pengambilan keputusan antara lain:

1. Jika data menyekat disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika data meyebar jauh dan garis diagonal dan meningkat arah garis diagonal, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang di estimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai probabilitas setiap variabel independen.

2. Jika nilai p value  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai p value  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima, yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dari Tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya nilai multikolinieritas adalah nilai tolerance  $\leq$  atau sama dengan VIF  $\geq$  (Ghozali, 2018)

## 3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi adalah alat *multivariate* yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas (*independent variabel*) terhadap satu variabel terikat (*dependent variabel*).

Model regresi berganda merupakan persamaan yang menunjukkan arah pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi yang akan diuji

X<sub>1</sub> = Digital Payment

X<sub>2</sub> = Literasi Keuangan

X<sub>3</sub> = Gaya Hidup

e = Koefisien *Error*

### 3.7.2 Uji Signifikasi Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji Model / Uji Anova, Yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/ signifikan atau tidak baik/ tidak signifikan.

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , ( $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima) maka model signifikan. Dan sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , ( $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak) maka model tidak signifikan.

### 3.7.3 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji T)

Pengujian t (t-test) digunakan untuk menentukan perbedaan signifikansi secara statistik antara nilai rata-rata suatu distribusi sampel dengan parameter populasinya yang bertipe variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan terlebih dahulu di uji keberartian korelasi, untuk itu digunakan statistik uji t dengan rumus

:

$$\frac{r\sqrt{n-2}}{1-(r)^2}$$

Keterangan :

r = Korelasi

t = Nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = n-1

n = Jumlah Sampel

Hasil pengujian  $t$  kemudian dibandingkan dengan  $t_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dengan menggunakan perilaku signifikan ( $\alpha$ ) dan derajat kebebasan  $n-2$ . Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak
- 2) Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  diterima

#### **3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi (R square)**

Koefisien determinasi parsial merupakan suatu nilai determinasi yang tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y), dimana semakin besar koefisien parsialnya, maka semakin besar pula pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi parsial ( $R^2$ ) bernilai antara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang paling besar menunjukkan variabel yang dominan dalam menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat. Menurut Imam Ghazali (2018), nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen

#### **3.7.5 Melihat Pengaruh Dominan**

Untuk mengetahui variabel mana yang dominan diantara variabel bebas yang terdiri dari Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan dan Gaya hidup serta variabel terikat Perilaku Konsumtif, maka dilakukan dengan melihat *ranking* koefisien regresi yang distandartkan ( $\beta$ ) atau *standardized of coefficient* beta dari masing-masing variabel bebas yang signifikan. Variabel yang memiliki koefisien

beta terbesar merupakan variabel bebas (X) yang dominan terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Obyek Penelitian**

Universitas Bhayangkara Surabaya atau UBHARA adalah sebuah Universitas yang terletak di Jl. A. Yanu 114 Surabaya Jawa Timur Kecamatan Gayungan Kota Surabaya Kode Pos 60231.

Bertepatan dengan peringatan Hari Bhayangkara – Hari Kepolisian RI Ke-38, tepatnya tanggal 1 Juli 1982, Universitas Bhayangkara Surabaya didirikan dengan empat fakultas. Pada tahun 1985 seluruh fakultas dan jurusan / program studi Ubhara Surabaya memperoleh status terdaftar. Pada tahun 1991 berturut-turut Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta Fakultas Ekonomi Manajemen dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Negara memperoleh status “disamakan”.

Universitas Bhayangkara Surabaya memiliki **VISI** yaitu “Pada tahun 2030 menjadi perguruan tinggi swasta yang unggul dan kompetitif mampu memenuhi harapan masyarakat dan Polri”. Dan memiliki **MISI** sebagai berikut

1. Meningkatkan kualitas pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia dosen, staff dan mahasiswa
3. Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas sarana dan prasarana pendidikan
4. Mengembangkan atmosfer akademik agar proses belajar mengajar lebih baik.
5. Mengembangkan budaya masyarakat ilmiah berbasis budaya tulis.

6. Mendukung pelaksanaan tugas kepolisian dalam mewujudkan harkamtibmas, pelindung pelayan, pengayomi masyarakat dan penegak hukum.

Program akademik di UBHARA memiliki 4 fakultas dan 9 program Sarjana (S1) dan 2 program Studi Pasca Sarjana (S2) dan kesemuanya telah memiliki akreditasi dan memiliki izin penyelenggaraan pendidikan dari DIKTI.

No	Fakultas	Jurusan	Program studi	Akreditasi	S1
1	Hukum	Hukum	Ilmu Hukum	B	S1
2	Ekonomi	Manajemen	Ilmu Manajemen	B	S1
3	Ekonomi	Akutansi	Ilmu Akutansi	B	S1
4	Ekonomi	Ekonomi pembangunan	Ilmu Ekonomi Pembangunan	B	S1
5	Fisip	Administrasi negara	Ilmu Administrasi Publik	B	S1
6	Fisip	Komunikasi	Ilmu Komunikasi	A	S1
7	Teknik	Elektro	Teknik Elektro	B	S1
8	Teknik	Sipil	Teknik Sipil	B	S1
8	Teknik	Informatika	Teknik Informatika	B	S1

Sumber : [www.ubhara.ac.id](http://www.ubhara.ac.id)

**Gambar 4. 1**  
**Program Akademik UBHARA**

No	Fakultas	Jurusan	Program studi	Akreditasi	Jenjang
1	Ekonomi	Manajemen	Magister manajemen	B	S2
2	Hukum	Hukum	Magister hukum	B	S2

Sumber : [www.ubhara.ac.id](http://www.ubhara.ac.id)

**Gambar 4. 2**  
**Program Akademik UBHARA**

Fasilitas yang dimiliki UBHARA Surabaya yaitu sebagai berikut

**Akademik :**

1. 11 gedung perkuliahan diatas lahan 40.000 m<sup>2</sup>
2. Ruang kuliah ber- AC dilengkapi dengan LCD disetiap ruangan
3. Gedung perpustakaan
4. Pusat pengkajian dan pelayanan manajemen
5. Laboratorium bahasa inggris
6. Laboratorium ekonomi
7. Laboratorium peradilan semu
8. Laboratorium akuntansi
9. Laboratorium teknik elektro
10. Laboratorium teknik sipil
11. Laboratorium teknik informatika
12. Laboratorium audio system
13. Pular komputer
14. Ruang tele conference

**Umum**

1. Conventional hall
2. Gedung olahraga
3. Gedung UKM
4. Masjid
5. ATM Bank BCA
6. ATM Bank BTN

**Khusus**

1. Ruang pelayanan internet
2. Hotspot diseluruh area kampus ubhara surabaya
3. Wall climbing track
4. Stadion olahraga

Pengembangan kemahasiswaan dilaksanakan melalui organisasi kemahasiswaan yang dibentuk dan berada dilingkungan Universitas Bhayangkara Surabaya (intra universitas) sebagai sarana, wadah dan forum pengembangn diri mahasiswa dan merupakan kelengkapan organisasi Universitas bersifat non struktural. Organisasi kemahasiswaan terdiri atas organisasi kemahasiswaan tingkat universitas dan organisasi kemahasiswaan tingkat fakultas.

1. Organisasi kemahasiswaan tingkat universitas
2. Organisasi kemahasiswaan tingkat universitas terdiri dari :

**Badan eksekutif mahasiswa (BEM0**

**Majelis perwakilan mahasiswa (MPM)**

**Unit kegiatan mahasiswa (UKM)**

3. Organisasi kemahasiswaan tingkat fakultas

**Himpunan mahasiswa manajemen**

**Himpunan mahasiswa ilmu komunikasi**

4. Organisasi kemahasiswaan tingkat fakultas terdiri dari :

**Dewan perwakilan mahasiswa fakultas (DPMF)**

**Badan eksekutif mahasiswa fakultas (BEMF)**

**Himpunan mahasiswa jurusan (HMJ)**

## **4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian**

### **4.2.1. Karakteristik Responden**

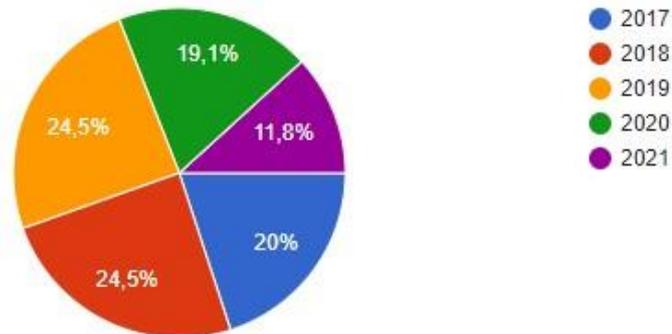
Responden merupakan sumber informasi yang akurat yang terdapat didalam penelitian ini. Ketidaksamaan deskripsi dalam penelitian, maka dalam penelitian bisa menyebabkan hasil dari sebuah penelitian akan bisa atau sesuai dengan diharapkan dari tujuan penelitian sebelumnya.

Penelitian ini mengambil sampel 110 mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Kuesioner yang disebarakan semuanya telah didistribusikan dan dapat dijadikan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Tahun Angkatan**

Identifikasi berdasarkan tahun angkatan digunakan sebagai faktor dalam penelitian ini karena tahun angkatan juga digunakan sebagai tolak ukur dalam bertindak dan berfikir seluruh mahasiswa berdasarkan tingkatan berbeda. Sehingga semakin tinggi tingkatan tersebut maka seharusnya mahasiswa tersebut telah memiliki pola pikir yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa baru. Berikut ini disajikan jumlah esponden berdasarkan tahun angkatan yang dapat dilihat sebagai berikut:

Responden dalam pebelitian ini terdiri dari mahasiswa angkatan 2017-2021 yang berasal dari Program Studi Ekonomi Pembangunan, yang dimana jumlah responden sebanyak 110



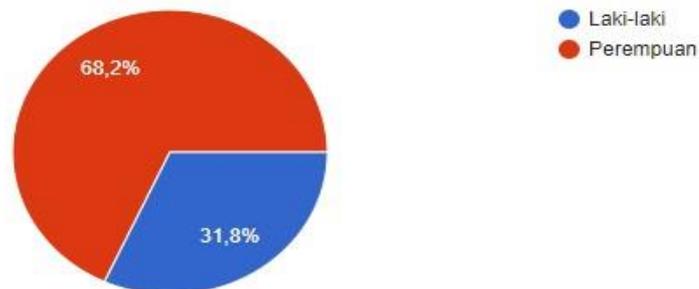
Sumber : Kuesioner Google Form (2022)

**Gambar 4. 3**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan**

Berdasarkan gambar 4.3 diatas hasil identifikasi berdasarkan tahun angkatan dapat di ketahui jumlah responden angkatan 2017 sebanyak 20 dengan presentase 20%, 2018 sebanyak 25 dengan presentase 24,5%, 2019 sebanyak 24 dengan presentase 24,5%, 2020 sebanyak 19 dengan presentase 19,1% dan 2021 sebanyak 12 dengan presentase 11,8%. Jadi banyaknya mahasiswa terdapat pada angkatan 2018 dan 2019 yaitu sebesar 24 mahasiswa

#### **b Jenis Kelamin**

Identifikasi berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui seberapa besar responden yang dapat berkontribusi dalam penelitian ini. Selain itu identifikasi berdasarkan jenis kelamin digunakan sebagai konsep faktor yang mempengaruhi cara berfikir dan bertindak dalam melakukan sesuatu. Berikut ini disajikan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat sebagai berikut :



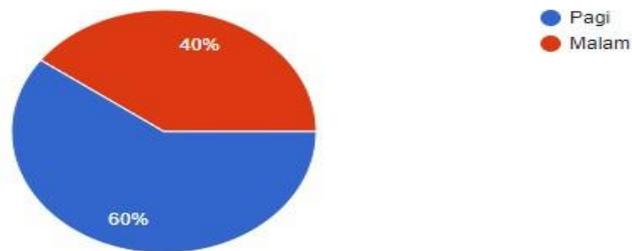
Sumber : Kuesioner Google Form

**Gambar 4. 4**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan daripada gambar 4.4 diatas maka dapat diketahui jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 responden atau sebesar 31,8% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 responden atau sebesar 68,2%. Jadi banyaknya mahasiswa terdapat pada jenis kelamin perempuan yaitu sebesar 68 mahasiswa.

### **c. Kelas Mahasiswa**

Identifikasi berdasarkan kelas mahasiswa digunakan sebagai faktor dalam penelitian ini karena kelas mahasiswa sebagai tolak ukur dalam bertindak dan berfikir dalam mengambil. Berikut ini disajikan jumlah responden berdasarkan kelas mahasiswa yang dapat dilihat sebagai berikut :



Sumber : Kuesioner Google Form

**Gambar 4. 5**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Kelas Mahasiswa**

Berdasarkan gambar 4.5 diatas hasil identifikasi berdasarkan dapat diketahui jumlah responden kelas pagi sebanyak 60 dengan presentase sebesar 60%, jumlah responden kelas malam sebanyak 40 dengan presentase sebesar 40%. Jadi banyak mahasiswa terdapat pada kelas kuliah pagi yaitu sebesar 60 mahasiswa

#### **4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **a. Deskripsi *Digital Payment* ( $X_1$ )**

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian responden pada mahasiswa angkatan 2017-2020 Program Studi Ekonomi Pembangunan, nilai mean masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 1**  
**Deskripsi Penggunaan *Digital Payment***

<b>Item</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
X <sub>1,1</sub>	Saya merasa penggunaan <i>digital payment</i> sangat mudah	4,48
X <sub>1,2</sub>	Saya mempelajari penggunaan <i>digital payment</i> sangat mudah	4,43
X <sub>1,3</sub>	Saya merasa meggunakan <i>digital payment</i> mampu meningkatkan dari aktivitas transaksi saya	4,35
X <sub>1,4</sub>	Saya merasa menggunakan <i>digital paymnet</i> menghemat waktu saya	4,36
X <sub>1,5</sub>	Saya merasa data pribadi saya dilindung di <i>digital payment</i>	4,30
X <sub>1,6</sub>	Saya merasa peraturan keamanan <i>digital payment</i> membuat saya merasa aman melakukan transaksi di layanan <i>digital payment</i>	4,29
X <sub>1,7</sub>	Saya disarankan kerabat untuk menggunakan <i>digital payment</i>	4,14
X <sub>1,8</sub>	Menggunakan <i>digital payment</i> merupakan aplikasi yang sangat terkenal	4,23
X <sub>1,9</sub>	Saya akan menggunakan <i>digital payment</i> di waktu yang akan datang	4,11
X <sub>1,10</sub>	Saya akan menggunakan <i>digital payment</i> secara rutin	2,94

Sumber : Peneliti (2022)

Tabel 4.1 menjelaskan bahwa dari item pernyataan tersebut diketahui nilai tertinggi 4,48 dengan pernyataan “Saya mempelajari penggunaan *digital payment* sangat muda”. Dan diketahui bahwa nila mean paling kecil diperoleh angka 2,94 yaitu dengan pernyataan “Saya akan menggunakan *digital payment* secara rutin”.

#### **b. Literasi Keuangan (X2)**

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian responden mahasiswa angkatan 2017-2021 Program Studi Ekonomi Pembangunan, nilai mean masing-masing item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 2**

### Deskripsi Literasi Keuangan

Item	Pernyataan	Mean
X <sub>2,1</sub>	Perbedaan Bank Konvensional Bank Syariah adalah kalau Bank Konvensional menggunakan sistem bunga sedangkan Bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil	4,18
X <sub>2,2</sub>	Fungsi dan tugas Jasa keuangan (OJK) adalah menyelenggarakan sistem peraturan dan pengawasan yang terintegritas terhadap keseluruhan kegiatan dalam sektor jasa keuangan	4,17
X <sub>2,3</sub>	Saya selalu membuat anggaran pengeluaran dan pemasukan setiap hari	3,97
X <sub>2,4</sub>	Salah satu manfaat dari membuat anggaran pribadi yaitu dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi	4,24
X <sub>2,5</sub>	Perbedaan tabungan deposito yaitu deposito untuk investasi, sedangkan tabungan untuk menabung (tabungan biasa)	4,11
X <sub>2,6</sub>	Salah satu keuntungan yang akan diterima jika berinvestasi saham dividen	4,06
X <sub>2,7</sub>	Meminimalisasi resiko kerugian termasuk manfaat asuransi	4,09
X <sub>2,8</sub>	Asuransi jiwa merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan kepada keluarga seandainya suatu saat nanti pemegang asuransi tertanggungnya meninggal	4,12

Sumber : Peneliti (2022)

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa item pernyataan literasi keuangan yang paling besar maennya adalah “Salah satu manfaat dari membuat anggaran pribadi yaitu dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi” yaitu sebesar 4,24. Dan item pernyataan yang paling kecil adalah “Saya selalu membuat anggaran pengeluaran dan pemasukan setiap hari” yaitu sebesar 3,97.

#### c. Deskripsi Gaya Hidup (X3)

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian responden pada mahasiswa angkatan 2017-2021 Program Studi Ekonomi Pembangunan, nilai mean masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 3**  
**Deskripsi Gaya Hidup**

<b>Item</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
X <sub>3,1</sub>	Saya mengisi waktu luang bersama temen dengan jalan-jalan ( <i>hangout</i> ) di coffe shop, café ataul mall	3,94
X <sub>3,2</sub>	Saya lebih memilih produk bermerk terkenal ( <i>branded</i> ) dibandingkan produk tidak bermerk	2,95
X <sub>3,3</sub>	Saya suka mengikuti <i>trend fashion</i> dan pendukung gaya hidup terbaru lainnya	3,23
X <sub>3,4</sub>	Menurut saya produk mahal bermerk ( <i>branded</i> ) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi	3,54

Sumber : Peneliti (2022)

Tabel 4.3 Menunjukkan bahwa pernyataan “Saya mengisi waktu luang bersama temen dengan jalan-jalan (*hangout*) di coffe shop, café ataul mall ” memiliki nilai mean yang tertinggi yaitu sebesar 3,94. Dan pernyataan “Saya lebih memilih produk bermerk terkenal (*branded*) dibandingkan produk tidak bermerk” memiliki nilai mean yang paling terkecil yaitu sebesar 2,95.

#### **d. Deskripsi Perilaku Konsumtif (Y)**

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian responden pada mahasiswa 2017-2021 Program Studi Ekonomi Pembangunan, nilai mean masing-masing item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4. 4**  
**Deskripsi Perilaku Konsumtif**

Item	Pernyataan	Mean
Y <sub>1</sub>	Apabila ada penawaran diskon dan penerima hadiah (bonus) tertentu pada suatu produk, saya langsung tertarik untuk membelinya meskipun belum terlalu dibutuhkan	3,71
Y <sub>2</sub>	Kemasan suatu produk yang rapi dan menarik juga menentukan saat ingin membeli suatu produk	3,95
Y <sub>3</sub>	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan <i>trendy</i>	3,31
Y <sub>4</sub>	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal	2,83
Y <sub>5</sub>	Saya tertarik membeli dan menggunakan produk yang diiklankan oleh artis/ <i>influencer</i> idola saya	2,87
Y <sub>6</sub>	Membeli dan memiliki produk <i>import</i> dan bermerk ( <i>branded</i> ) mencerminkan status sosial	3,36
Y <sub>7</sub>	Membeli dan menggunakan produk mahal dan bermerek akan meningkatkan rasa percaya diri seseorang	3,57
Y <sub>8</sub>	Saya memiliki dua barang atau lebih (gadget, jam tangan, sepatu, tas, kosmetik,dll) yang sejenis dengan merek yang berbeda	3,61

Sumber : Peneliti (2022)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa pernyataan perilaku konsumtif yang paling berpengaruh adalah “Kemasan suatu produk yang rapi dan menarik juga menentukan saat ingin membeli suatu produk” yakni dengan mean sebesar 3,95. Dan pertanyaan yang paling tidak berpengaruh adalah” Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal” karena memiliki mean yang lebih kecil yakni sebesar 2,80.

### 4.3 Analisis Hasil Penelitian dan Uji Hipotesis

#### 4.3.1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dipergunakan melalui dua cara analisis grafik atau *norma probability plot (p-p plot)* dan juga menggunakan

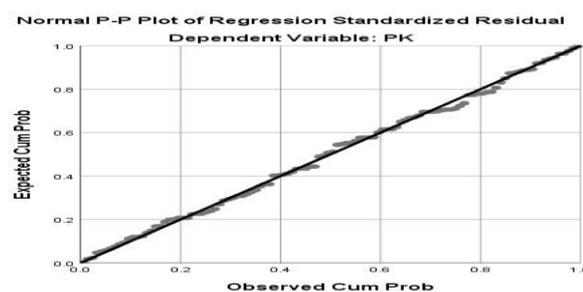
uji statistik menggunakan uji statistik *nonparametik* yaitu Kolmogorov-Smirnov. Dasar analisis ini menentukan kenormalan data dapat diukur melalui angka probabilitasnya (Asymotic Significance)

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Kolmogorov Smirnov**

N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.92615204
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.041
	Negative	-.035
Test Statistic		.041
Asymp. Sig (2-tailed)		200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada hasil uji Kolmogorov Smirnov Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $> 0,05$ , maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji normalitas Kolmogorov Smirnov data tersebut berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai Asymp Sig.(2-tailed)  $0,200 > 0,05$



Sumber :Peneliti (2022)

**Gambar 4. 6**  
**Grafik Normal P-Plots**

Pada grafik *P-Plots* terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal maka variabel

dependen Y memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki distribusi normal

#### 4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4. 6**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,681	3,151		0,851	0,397
	Digital Payment	0,022	0,045	-0,049	-0,484	0,629
	Literasi Keuangan	0,016	0,080	0,019	0,194	0,847
	Gaya Hidup	-0,011	0,091	-0,012	-0,125	0,901

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai Sig dari masing-masing variabel *digital paymnet* sebesar 0,629, variabel literasi keuangan sebesar 0,847, dan gaya hidup sebesar 0,901. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai dari masing-masing variabel tidak signifikan, atau Sig lebih besar dari 0,05.

#### 4.3.3 Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 7**  
**Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>	
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Digital Payment	0,933	1,072
	Literasi Keuangan	0,948	1,055
	Gaya Hidup	0,977	1,023

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui:

1. Nilai VIF dari variabel *digital payment* adalah  $1,072 < 10$  dan nilai Tolerance  $0,933 > 0,1$  maka diindikasikan tidak terjadi multikolinearitas
2. Nilai VIF dari variabel literasi keuangan adalah  $1,055 < 10$  dan nilai Tolerance  $0,948 > 0,1$  maka diindikasikan tidak terjadi multikolinearitas
3. Nilai VIF dari variabel gaya hidup adalah  $1,023 < 10$  dan nilai Tolerance  $0,097 > 0,1$  maka diindikasikan tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan seluruh nilai VIF  $< 10$  dan nilai Tolerance  $> 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas itu artinya tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

#### 4.3.4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas data yang di uji dapat diukur dengan cara menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , maka butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen penelitian ini yaitu :

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,774	0,797	30

Sumber :Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,774. Apabila *Cronbach Alpha* memiliki nilai lebih besar dari *r Alpha*

yaitu 0,06. Sesuai syarat uji reliabilitas yaitu instrumen dapat dikatakan *reliable*, karena nilai *Cronbach Alpha* sebesar  $0,774 > 0,06$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang ada pada seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel

#### 4.3.5 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya item pada kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika item pernyataan mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dinyatakan valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini diketahui jumlah “n” adalah 110, maka dapat dilihat sebagai berikut:

1.  $df = n - 2$  maka besarnya  $df = 110 - 2 = 108$  dengan alpha 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka dapat dilihat  $r_{tabel} = 0,1874$

2. dengan ketentuan :

$r_{hitung} > r_{tabel} (0,1874) = \text{Valid}$

$r_{hitung} < r_{tabel} (0,1874) = \text{tidak Valid}$

Berikut hasil uji validitas yang telah di uji

**Tabel 4. 9**  
**Uji Validitas Digital Payment**

No	Item	r hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
1	X <sub>1.1</sub>	0,662	>	0,1874	Valid
2	X <sub>1.2</sub>	0,759	>	0,1874	Valid
3	X <sub>1.3</sub>	0,720	>	0,1874	Valid
4	X <sub>1.4</sub>	0,704	>	0,1874	Valid
5	X <sub>1.5</sub>	0,625	>	0,1874	Valid
6	X <sub>1.6</sub>	0,657	>	0,1874	Valid
7	X <sub>1.7</sub>	0,457	>	0,1874	Valid
8	X <sub>1.8</sub>	0,745	>	0,1874	Valid
9	X <sub>1.9</sub>	0,579	>	0,1874	Valid
10	X <sub>1.10</sub>	0,523	>	0,1874	Valid

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa semua pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu sebesar 0,1874. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel *digital payment* valid sehingga setiap item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 10**  
**Uji Validitas Literasi Keuangan**

No	Item	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
1	X <sub>2.1</sub>	0,481	>	0,1874	Valid
2	X <sub>2.2</sub>	0,654	>	0,1874	Valid
3	X <sub>2.3</sub>	0,577	>	0,1874	Valid
4	X <sub>2.4</sub>	0,781	>	0,1874	Valid
5	X <sub>2.5</sub>	0,523	>	0,1874	Valid
6	X <sub>2.6</sub>	0,642	>	0,1874	Valid
7	X <sub>2.7</sub>	0,786	>	0,1874	Valid
8	X <sub>2.8</sub>	0,639	>	0,1874	Valid

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat di lihat bahwa semua pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,1874. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel literasi keuangan valid sehingga setiap item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 11**  
**Uji Validitas Gaya Hidup**

No	Item	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
1	X <sub>3.1</sub>	0,616	>	0,1874	Valid
2	X <sub>3.2</sub>	0,728	>	0,1874	Valid
3	X <sub>3.3</sub>	0,722	>	0,1874	Valid
4	X <sub>3.4</sub>	0,744	>	0,1874	Valid

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat di lihat bahwa semua pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,1874. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item

pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel gaya hidup valid sehingga setiap item pertanyaan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**Tabel 4. 12**  
**Uji Validitas Perilaku Konsumtif**

No	Item	r Hitung	Tanda	r Tabel	Keterangan
1	Y <sub>1</sub>	0,355	>	0,1874	Valid
2	Y <sub>2</sub>	0,267	>	0,1874	Valid
3	Y <sub>3</sub>	0,716	>	0,1874	Valid
4	Y <sub>4</sub>	0,623	>	0,1874	Valid
5	Y <sub>5</sub>	0,618	>	0,1874	Valid
6	Y <sub>6</sub>	0,667	>	0,1874	Valid
7	Y <sub>7</sub>	0,649	>	0,1874	Valid
8	Y <sub>8</sub>	0,487	>	0,1874	Valid

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat di lihat bahwa semua pertanyaan memiliki r hitung > r tabel yaitu 0,1874. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumtif valid sehingga setiap item pernyataan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya

#### **4.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas (*independent variabel*) terhadap satu variabel terikat (*dependent variabel*). Berdasarkan analisis dengan program SPSS diperoleh hasil analisis linier berganda seperti terangkum tabel berikut

**Tabel 4. 13**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,967	5,326		3,749	0,000
	<i>Digital Payment</i>	0,167	0,075	0,204	2,232	0,028
	Literasi Keuangan	-0,210	0,132	-0,146	-1,598	0,113
	Gaya Hidup	0,534	0,155	0,312	3,456	0,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber :Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 19.967 + 0.162 X_1 - 0.210 X_2 + 0.534 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

X<sub>1</sub> = *Digital Payment*

X<sub>2</sub> = Literasi Keuangan

X<sub>3</sub> = Gaya Hidup

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda, diketahui:

1. Nilai konstanta = 19,967

Hal ini artinya jika variabel penggunaan *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup nilainya tetap atau 0 (nol), maka nilai variabel perilaku perilaku konsumtif akan berada padan angka 19,967. Atau jika tidak ada pengaruh dari variabel-variabel bebas penggunaan *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup maka perilaku konsumtif mengalami perubahan.

2. Nilai koefisien regresi *Digital Payment* = 0.167

Hal ini jika variabel penggunaan *digital payment* mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara literasi keuangan dan gaya hidup dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 0,167

3. Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan = - (0,210)

Hal ini jika variabel penggunaan literasi keuangan mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara penggunaan *digital payment* dan gaya hidup dianggap tetap, maka akan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif sebesar 0,167

4. Nilai koefisien regresi Gaya Hidup = 0,534

Hal ini jika variabel penggunaan gaya hidup mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara penggunaan *digital payment* dan literasi keuangan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 0,167

#### 4.3.7 Uji Simultan (F)

Uji F untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Jika F hitung > F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika F hitung < F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak

**Tabel 4. 14**  
**UJI F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175,470	3	58,490	7,732	.000 <sup>b</sup>
	Residual	801,884	106	7,565		
	Total	977,355	109			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

b. Predictors: (Constant), Dgital Payment, Literasi Keuangan, Gaya Hidup  
 Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa  $F_{hitung}$  adalah 7,732 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 2,69. Oleh karena itu,  $F_{hitung} (7.732) > F_{tabel} (2,69)$  dan tingkat signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *digital payment*, literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Dengan demikian dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4.3.8 Uji Persial (Uji T)

**Tabel 4. 15**  
**UJI T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,967	5,326		3,749	0,000
	<i>Digital Payment</i>	0,167	0,075	0,204	2,232	0,028
	Literasi Keuangan	-0,210	0,132	-0,146	-1,598	0,113
	Gaya Hidup	0,534	0,155	0,312	3,456	0,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif  
 Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 dari variabel *digital payment* dapat disimpulkan mengenai uji t (persial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan  $t_{hitung}$  yang menunjukkan nilai sebesar 2,252. Sedangkan dengan rumus  $t_{tabel} (\alpha / 2; n-k)$  yaitu diperoleh (0,025 :106) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,98260 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Untuk uji persial menggunakan nilai signifikasi

(Sig) diperoleh Sig sebesar 0,028 yang berarti dibawah 0,05 (Alpha 5%). Hal ini berarti bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya.

Dari tabel 4.15 dari variabel Literasi Keuangan dapat disimpulkan mengenai uji t (persial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan  $t_{hitung}$  yang menunjukkan nilai sebesar -(1,598). Sedangkan dengan rumus  $t_{tabel} (\alpha / 2; n-k)$  yaitu diperoleh (0,025;106) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,98260 yang berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Untuk uji persial menggunakan nilai signifikasi (Sig) diperoleh Sig sebesar 0,113 yang berarti di atas 0,05 (Alpha 5%). Hal ini berarti bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya.

Dari tabel 4. 15 dari variabel Gaya Hidup dapat di simpulkan mengenai uji t (persial) ditunjukkan dengan hasil perhitungan  $t_{hitung}$  yang menunjukkan nilai sebesar 3,456. Sedangkan dengan rumus  $t_{tabel} (\alpha / 2 ; n-k )$  yaitu diperoleh ( 0,025 ; 106) di peroleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,98260 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Untuk uji persial menggunakan nilai signifikasi (Sig) diperoleh sig sebesar 0,001 yang berarti dibawah 0,05 (Alpha 5 %). Hal ini berarti bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya.

#### 4.3.9. Analisis Koefisien Determinasi Simultan (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat (*dependent*) yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas (*independent*) baik secara persial maupun simultan.

**Tabel 4. 16**  
**Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.424 <sup>a</sup>	0,180	0,156	2,75044
a. Predictors: (Constant), <i>Digital Payment</i> , Literasi Keuangan, Gaya Hidup				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,424. Nilai R Square didapat dari nilai R keudian dipangkat 2 menjadi  $0.424 \times 0.424 = 0.180$ . Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0.180 yang berarti 18%. Ini berarti bahwa variabel *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 18%. Sedangkan sisanya 82 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### 4.3.10. Menentukan Pengaruh Dominan

Tabel berikut untuk mengetahui variabel yang dominan diantara variabel bebas yang terdiri dari *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsums

**Tabel 4. 17**  
**Menentukan Pengaruh Dominan**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,967	5,326		3,749	0,000
	Digital Payment	0,167	0,075	0,204	2,232	0,028
	Literasi Keuangan	0,210	0,132	0,146	- 1,598	0,113
	Gaya Hidup	0,534	0,155	0,312	3,456	0,001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber : Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan variabel *digital payment* memiliki koefisien beta sebesar 0.204 atau 20,4% variabel literasi keuangan memiliki koefisien beta sebesar (0.146) atau 14,6 % dan variabel gaya hidup memiliki koefisien beta 0.312 atau 31,2%. Hal ini menunjukkan variabel gaya hidup memiliki koefisien beta terbesar diantara variabel bebas lainnya yang berarti bahwa variabel gaya hidup merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhyangkara Surabaya sehingga hipotesis diterima.

## 4.4 Pembahasan

### 4.4.1 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif

Dalam pengujian bahwa variabel *digital payment* terhadap perilaku konsumtif menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yaitu berarti *digital payment* berpengaruh dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Dari hasil analisis pada dasarnya *digital payment* merupakan pengembangan *financial technology*, pada awalnya kita bertransaksi secara tunai dengan berinteraksi secara langsung untuk membeli atau menjual barang ataupun jasa maka dengan adanya inovasi dalam hal sistem pembayaran digital dapat membantu transaksi sehari-hari. Dalam *digital payment* memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi-transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai yang mendorong seseorang akan cenderung berperilaku konsumtif.

Salah satu faktor lingkungan teman dan perkembangan mode yang semakin pesat sehingga membuat mahasiswa tertarik membeli dengan menggunakan layanan *digital payment*. Perilaku dan perasaan yang muncul yaitu merasa puas sehingga membuat mahasiswa terbiasa untuk berbelanja tanpa memikirkan kegunaan melainkan keinginannya. Selain itu mahasiswa tidak mampu mengontrol diri ketika melihat barang bagus yang memiliki diskon besar didepannya, ikut-ikutan membeli karena melihat barang orang lain bagus dan mudah tergiur apabila ditawarkan barang yang bagus. Dampak yang terjadi atau dirasakan oleh mahasiswa yaitu pemborosan. Mahasiswa merasa bahwa perilaku

dalam berbelanja tersebut membuatnya boros dan menghabiskan uang untuk membeli barang yang bukan karena kegunaannya.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Siti Erna Purnama Wati (2020) yang menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dilihat dari penggunaan *digital payment* yang mudah, efisien, aman, menguntungkan dan semuanya dilakukan secara non tunai atau elektronik (*cashless*) serta tanpa perlu datang ke tempat, hal ini juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa

#### **4.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif**

Dalam pengujian bahwa variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif menyatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yaitu berarti literasi keuangan tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Hasil analisis yang telah dilakukan terhadap mahasiswa mengenai pengetahuan literasi keuangan yang baik itu seperti apa. Pengetahuan tersebut telah didapat dari pembelajaran saat kuliah, organisasi ataupun lingkungan keluarga. Literasi keuangan yang baik seharusnya ditunjukkan dengan perilaku yang berbeda dengan mahasiswa yang tidak menekuni bidang ekonomi dan keuangan. Keuangan yang dikelola dengan baik oleh mahasiswa dengan menabung ataupun menginvestasikan dari uang yang disisihkan, misalnya sebagai modal untuk berwirausaha. Sehingga pentingnya literasi keuangan diketahui dan

diterapkan oleh mahasiswa agar pandai mengelola keuangan dan hidup sejahtera dimasa yang akan datang.

Disisi lain, pemahaman mengenai literasi keuangan ini sering tertutup dengan pergaulan lingkungan di sekitar dan gaya hidup mahasiswa. Banyak *trend-trend* terkini mengenai kuliner, fashion dan lainnya membuat idealisme tentang literasi keuangan yang benar terlupakan. Seperti halnya yang terjadi pada mahasiswa pada saat ini yang tidak sedikit mahasiswa yang sulit dalam pengelolaan keuangan karena gaya hidupnya. Ajakan dari teman-teman untuk membeli sesuatu atau karena adanya promo barang tertentu yang ingin dibeli yang membuat uang yang dimiliki habis sebelum waktunya. Pengatahuan literasi keuangan notabnya dipelajari beberapa mata kuliah serta dipelajari dari organisasi-organisasi yang diikuti sebenarnya dapat saja menjadi dasar dalam mengelola keuangannya. Pada prakteknya tidak jarang pengetahuan tersebut tidak digunakan dengan baik. Sementara itu, ada pula yang berusaha untuk menggunakan pengetahuan tersebut untuk pengelolaan keuangannya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhani (2019) dan Parade (2020) yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa mahasiswa yang mempunyai pengetahuan keuangan yang tinggi, tetapi tetap tidak dapat mengendalikan pola perilaku konsumtifnya. Hal ini disebabkan karena pengaruh dari lingkungan, gaya hidup iklan produk yang sangat gencar sehingga mahasiswa tersebut menunjukkan perilaku konsumtif yang cerobah dalam menggunakan serta membelanjakan

keuangan yang mereka miliki dan kebanyakan mahasiswa menerima pemahaman literasi keuangan hanya dijadikan sebagai pengetahuan dan tidak menjamin bahwa pengetahuan yang diterima mahasiswa akan meningkatkan tingkat literasi keuangan mahasiswa, sehingga variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap peningkatan atau penurunan perilaku konsumtif mahasiswa.

#### **4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif**

Dalam pengujian bahwa variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yaitu berarti gaya hidup berpengaruh dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Hasil analisis di atas disimpulkan bahwa semakin tinggi gaya hidup tinggi maka semakin tinggi juga tingkat konsumsi. Dimana mahasiswa yang menyukai gaya hidup mewah maka tingkat konsumsi akan meningkat serta dapat cenderung berperilaku konsumtif, berbeda dengan mahasiswa dengan gaya hidupnya rendah maka tingkat konsumsi mereka juga rendah maka akan terhindar dari perilaku konsumtif.

Dari penelitian sebagian besar mahasiswa memiliki gaya hidup yang sederhana, tidak terlalu mewah. Gaya hidup mereka mengikuti trend yang sedang terjadi di sosial media saat ini. Mereka rela mengumpulkan pendapatan atau uang saku mereka untuk membeli barang yang mereka inginkan. Mulai dari pakaian, sepatu, tas, dll. Mahasiswa tersebut juga menyukai nongkrong atau mengerjakan tugas di cafe-café yang bisa dikatakan cukup mahal, meskipun tidak dilakukan

setiap hari. Mereka juga menyukai liburan yang suasananya alam dan didalam mall.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ramadhani (2019) yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara persial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menyatakan bahwa gaya hidup harus dipenuhi untuk mengekpresikan diri dan mengikuti perkembangan jaman. Oleh sebab itu, semakin berlebihan gaya hidup mahasiswa maka akan semakin cenderung pula perilaku konsumtifnya.

#### **4.4.4 Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan Terhadap Perilaku**

##### **Konsumtif**

Variabel gaya hidup memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya. Dari hasil yang telah di dapat bahwa variabel gaya hidup memiliki koefesien ( $\beta$ ) beta yaitu 0.534. Sedangkan variabel literasi keuangan hanya memiliki koefesien beta sebesar 0.210 dan variabel digital payment sebesar 0.167. Dapat dilihat bahwa variabel gaya hidup adalah variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif, dimana ketika gaya hisup seseorang mengalami kenaikan/peningkatan maka secara bersamaan perilaku konsumtif juga akan mengalami kenaikan.

Dari penelitian yang saya lakukan, sebagian besar mahasiswa secara baik menerima dengan adanya perubahan dalam sistem pembayaran yang dahulu mereka bertransaksi harus menggunakan uang tunai. Dengan adanya kemajuan teknologi mereka sekarang bisa bertransaksi tidak lagi harus menggunakan uang

tunai, namun sekarang sudah bisa melakukan transaksi menggunakan uang digital (*cashless*). Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya sudah paham dan mengerti dampak dari bila sering menggunakan *digital payment* mereka akan cenderung bertindak konsumtif dan boros. Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya ternyata sebagian besar memiliki gaya hidup yang rasional dan tidak terlalu boros, mereka menggunakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan bukan keinginan. Mereka mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya mampu menerapkan kontrol diri dengan adanya perkembangan teknologi serta mampu menerapkan gaya hidup yang hemat agar tidak berperilaku konsumtif.

Dengan demikian, hipotesis yang menyebutkan bahwa variabel *digital payment* merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya tidak terbukti kebenarannya. Mahasiswa

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh penggunaan digital payment, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel penggunaan *digital payment*, literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel penggunaan *digital payment* dan gaya hidup, berpengaruh secara parsial dan signifikan, sedangkan variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel gaya hidup terbukti memiliki pengaruh secara dominan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan Universitas Bhayangkara Surabaya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Mahasiswa Program Ekonomi Pembangunan

Dalam hal mahasiswa dituntut melakukan konsumsi lebih selektif, dengan adanya *digital payment* sebagai perkembangan *financial technology* yang menawarkan kemudahan, keuntungan dan kecepatan dalam bertransaksi dalam aktivitas kita sehari-hari, maka perlunya pengendalian diri dalam mempergunakan sarana digital yang ada saat ini. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dasar yang selama ini sudah dipelajari oleh setiap mahasiswa, maka pengetahuan literasi keuangan harus bisa diterapkan untuk setiap mahasiswa dalam mempergunakan uang yang mereka dapatkan serta membuat daftar skala prioritas agar tidak boros. Gaya hidup merupakan hal yang bisa membentuk kebiasaan yang menentukan kita bergaya hidup mewah ataupun sederhana. Seharusnya kita sebagai mahasiswa bergaya hidup yang sederhana saja, jangan mengikuti trend dan ikut membeli barang-barang yang sekiranya barang tidak berguna yang menjadikan pengeluaran konsumsi dan boros serta dapat cenderung berperilaku konsumtif. Sebaiknya uang yang didapat dari uang saku atau bekerja dapat ditabung atau bisa dibuat modal usaha sendiri, agar dapat memberikan kesejahteraan hidup dimasa yang akan datang.

## 2. Peneliti Lain

Diharapkan bisa menambah variabel lain yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. L. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media. Ari Sudarman dan Algifari. 1996. *Ekonomi mikro-makro*. Yogyakarta: BPFE
- Bank Indonesia. 2021. Laporan Sistem Pembayaran dan Peredaran Uang Elektronik
- Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Erlangga
- Effendi, U. 2016. Psikologi Konsumen. Jakarta: Rajawali Pers
- Fattah, Indriayu, dan Sunarto. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*.
- Fardani, Dani, 2004, *Ilmu pengetahuan sosial ekonomi*, Angkasa, Bandung.
- Gosal, Micheal Agustio and Nanik Linawati. 2018. Pengaruh Intensitas penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap Spending Behavior, (Tesis-Petra Christian University).
- Kharisma, Gilang. 2019. *Pertumbuhan dan Dampak Grab di Indonesia Hingga Targetnya Tahun 2025*. Di akses pada 2 Februari 2020, melalui <https://id.techinasia.com/dampak-sosial-grab-for-good>
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran* (Editan ke-6). PT Erlangga
- Laut. 2017. Pengaruh Daya Tarik Iklan Online terhadap Perilaku Konsumtif pada Genarasi Milenial. Skripsi. Fakultas dan ilmu Sosial Program Studi Ilmu Manajemen. Universitas Bakie: Jakarta.
- Lusardi, & Mitchell. 2017. Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics*, 205-224.
- McEachern, William A. 2000. *Ekonomi makro Pendekatan Kontenporer*. Jakarta: Salemba Empat
- Mintarti, Sri Umi. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2).
- Mandey, & L, S. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Analisis*, 6 (1), 1-9.
- Mankiw, N. Gregory. 2007. *Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Mankiw, N. Gregory. 2013. *Pengantar ekonomi makro*. Pendekatan: Salemba Empat
- Nurlatifah. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Siswa Dalam Menabung (Studi Kasus Siswa SMA Negeri di Kota Lubuk

Pakam). Skripsi. Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.

- Novitasani dan Handoyo. (2014). Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban Di Unesa. Surabaya: Jurnal Paradigma. Vol. 2 No 3
- Parade, Angelin. 2020. Pengaruh Penggunaan *Elektonic Money*, Kartu Debit, Literasi Keuangan, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif. Skripsi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
- PISA. (2012). Financial Literacy Assesment Freamwork. International Network on Financial Education OECD.
- Rawes, E. 2014. Statistics You Should About Impulse Buying. Dalm The Cheat Sheet: Save Time, Know Everything: Diakses pada 19 Maret 2020 dari <http://www.cheatsheets.com/persinal-fianance/3-statistics-you-should-know-aboutimpulse-buying.html/?a=viewall>
- Ramadhani, Rianti Hikmah. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, Kontrol diri terhadap Perilaku Konsumtif. Skripsi. Mahasiswa Studi Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara.
- Saputra, Irfan Prapmayoga. 2019. Analisis Efektivitas Penggunaan *Digital Payment* pada Mahasiswa. Skripsi. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya: Bandar Lampung.
- Sari. 2009. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri*. Skripsi. Diterbitkan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Barat
- Susanto, & Sandy. 2013. Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*, 7(2), 1-3.
- Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi... hlm. 163*
- Sadono Sukirno. 2011. *Makroekonomi (teori pengantar)*. Edisi 3. Jakarta: Rajawali Pers
- Samuelsol, Paul A dan William D. Nordhous. 2001. *Ilmu Mikro Ekonomi*; Jakarta PT. Media Global Edukasi
- Samuelsol, Paul A dan William D. Nordhous. 2002. *Ilmu Mikro Ekonomi*; Jakarta PT. Media Global Edukasi
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Trimartati. (2014). Studi Kasus tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *Psikopedagogia*, 1-9.

Wati, Siti Erna Purnama. 2020. Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif. Skripsi. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

## LAMPIRAN

